

HOJAS DE ADMINISTRACIÓN



Contenido

Editorial

Invitación al mundo de la investigación
Mario Hernán González Bríñez

Reflexiones

Guerra Económica, más que un aumento
de impuestos y devaluación de divisas
Julián David Giraldo García

Nuevas apuestas de innovación en
el marketing, para la comercialización
de la uchuva colombiana y su exportación
Sara Castañeda

Progreso y Sostenibilidad,
¿amigos o enemigos?
María Paula Cadena Orjuela

Academia y conocimiento

Liderazgo en tiempo de pandemia, una visión
desde el actuar de los dirigentes mundiales
*Marcela Góngora Botero, Edna Valentina
Aguilera Zuluaga, Yohanna Bernal Archila,
Lina Gabriela Chocontá Pachón, Valeria
Clavijo Buelvas, María Paula Gaviria Pedraza,
Jennifer Pamela Padilla Piragua*

HOJAS DE ADMINISTRACIÓN

Vol. 26 - No. 02 Abr. Jun. 2020 | ISSN: 2027 - 7911

Universidad El Bosque

Rectora

María Clara Rangel Galvis

Vicerrectora Académica

Rita Cecilia Plata de Silva

Vicerrector de Investigaciones

Miguel Otero Cadena

Vicerrector Administrativo

Francisco Falla Carrasco

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Antonio Alonso González, Decano

Director

Antonio Alonso González

Editor

Mario Hernán González Bríñez

Comité Editorial

Antonio Alonso González, Pedro Nel Valbuena
Hernandez, Mario Hernán González Bríñez

Concepto, diseño y diagramación

David Ramírez

Facultad de Creación y Comunicación

Centro de Diseño y Comunicación

hojasdeadministracion@unbosque.edu.co

Editorial

Invitación al mundo de la investigación

Mario Hernán González Bríñez

La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas ofrece un amplio portafolio de opciones de grado agrupados de conformidad con la Resolución 001 de 2018, en tres categorías; “1) Investigación, Emprendimiento e Innovación; 2) Complementos Formativos Profesionales 3) Excelencia” (p. 4). Esta editorial llama la atención sobre el primer grupo de estas opciones, como quiera que Hojas de Administración, es por excelencia el canal de divulgación de algunos de los productos que se elaboran en esta modalidad.

El vínculo entre investigación y universidad podría datarse del siglo XIII, en este momento, destacan tres centros universitarios en Europa (Gómez, 1986); Bolonia, París y Oxford. Sin embargo, es en este último donde la balanza se inclina por la experimentación y el uso de las matemáticas, señales de una preocupación por conocer la naturaleza con métodos diferentes a los utilizados tradicionalmente. Al respecto señala Moncada (2008) que se rescatan las contribuciones aristotélicas -lo cual es una constante en la vida universitaria de la época- pero dando prelación a lo empírico sobre lo metafísico. Este mismo autor anota, “La noción de universidad moderna, que comienza a configurarse con la apertura de la Universidad de Berlín, señala que la función de la universidad no era enseñar el conocimiento aceptado, sino demostrar cómo se habían descubierto tales conocimientos”. (Moncada, 2008, p. 143).

Se comprende entonces el papel transformador que históricamente la universidad ha jugado, pues era la institución llamada desde la Edad Media a producir, difundir y generar la aplicación del conocimiento, bajo condiciones de exclusividad. El conocimiento entonces se produce (investigación), se difunde (docencia) y se aplica socialmente (extensión) para satisfacer las necesidades y resolver los problemas humanos. La producción de conocimiento no se puede separar de la “forma” en la cual éste se produce, es decir, del método científico que valida dicho conocimiento. Por tanto es valioso en la universidad contar con profesores que investigan, no se debe desligar la docencia de la investigación, pues el profesor en su naturaleza debería estar llamado a enseñar lo que investiga no a reproducir acríticamente lo que otros han investigado.

El enorme valor agregado que obtiene un estudiante al culminar los estudios de pregrado, si decide en nuestra Facultad por optar hacia la investigación, es la apropiación de un sistema de pensamiento particular y poderoso, el pensamiento científico. Consiste en darse la posibilidad de conocer, explicar y aproximarse de forma crítica a la realidad. Esta aproximación contempla los

llamados criterios de demarcación (González, 2016), que, si bien tienen origen en el Círculo de Viena, se pueden hacer extensivos a las ciencias sociales: lenguaje riguroso, sistematicidad, inclusión de leyes y teorías, coherencia y verificabilidad o contrastación empírica.

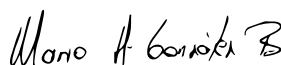
El pensamiento científico entonces permite aproximarse a la realidad (empresarial, de negocios, contable o la que fuere) privilegiando los hechos, las evidencias y no los prejuicios, los rumores o los pareceres subjetivos, identificando de forma analítica sus diferentes componentes o variables, las interrelaciones que se tejen entre ellos, y sus implicaciones. Así mismo descubriendo sus regularidades, revisando sus comportamientos o manifestaciones anteriores y tomando de manera técnicamente adecuada “muestras” o datos para procurar resolver los problemas, aprendiendo para poder aplicar en futuras situaciones estos aprendizajes.

Referencias

- Gómez García, M. N. (1986). Las primeras universidades europeas: anotaciones sobre sus características diferenciadoras. *Cuestiones Pedagógicas*, 3, 11-22. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/28975/Las%20primeras%20Universidades%20Europeas.%20Anotaciones%20sobre%20sus%20caracter%20C3%ADsticas%20diferenciadoras.pdf?sequence=1>
- González, A. (2016). *¿Por qué es científica la ciencia?* Batiscafo.
- Moncada, J. S. (2008). La Universidad: un acercamiento histórico-filosófico. *Ideas y valores*, 57(137), 131-147. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/idval/article/viewFile/1491/2116>
- Universidad El Bosque. (2018). *Resolución 001 de 2018*. <https://www.unbosque.edu.co/sites/default/files/2019-10/Resoluci%C3%B3n%20001-2018%20de%20Opciones%20de%20Grado%20FCEA%20v.%202019-10-11%20v.3.pdf>

La cultura corporativa importa. Cómo elige la administración tratar a su gente impacta en todo para bien o para peor.

Simon Sinek.



Mario Hernán González B.
Editor.

Reflexiones

Guerra Económica, más que un aumento de impuestos y devaluación de divisas

Julián David Giraldo García¹

Dinero, odiado por quienes no lo tienen y amado por quienes lo tienen en exceso.

¿Pero, qué es exactamente el dinero? Si nos remitimos al diccionario de la Real Academia Española RAE, el dinero se define como “Moneda corriente”. (R.A.E., 2019, parr. 1). Es una unidad de cambio para la transferencia y compra de bienes y servicios tales como comida, ropa, automóviles, o inclusive propiedades inmobiliarias.

Estas divisas se pueden devaluar y revaluar por múltiples razones, pero por lo general, estas razones son de aspecto político, sin embargo, la razón principal por la cual una divisa se devalúa es

...porque hay abundancia de esta dentro del mercado, al existir una gran abundancia de una moneda o divisa, por ley de oferta y demanda el precio de esta bajará, y cuando existe una escasez de una divisa en un determinado mercado, esa divisa tiende a tener un precio mayor o más alto. (Sevilla, 2020, parr. 1).

De ahí el problema de la gran revaluación que tiene la divisa conocida como el dólar con respecto a la divisa conocida como peso colombiano o COP, al existir una poca cantidad de dólares entrando a nuestro país, y circulando por este mismo, esta divisa tiende a tener un valor más alto, es por eso por lo que hemos visto como en los últimos meses esta ha tenido una fluctuación desde los \$3500 hasta llegar a un precio histórico y máximo como \$4,153.91.

Dado que actualmente vivimos en un mundo interconectado y globalizado los países tienen una interdependencia económica internacional (Hirschman, 1945) en el que intervienen conceptos como cooperación, conflicto, actores, sensibilidad y vulnerabilidad (Keohane y Nye, 1989).

Estas divisas que se usan como unidad de cambio al reevaluarse o devaluarse, pueden ayudar o perjudicar a los países en el comercio internacional, cuando este comercio internacional es alto ayuda a tener buenos niveles de crecimiento económico y a su vez esto se refleja en un beneficio en el desarrollo económico trayendo grandes ganancias de inversión en la parte social, cultural, deportiva, tecnológica, investigativa, entre otras, es por esto que el comercio exterior influye notablemente en el bienestar de las personas.

Para que este comercio internacional se pueda llevar a cabo de una manera adecuada es importante que se establezcan una serie de acuerdos que ayuden a minimizar los daños colaterales, daños que se pueden ver reflejados en la quiebra de empresas nacionales, cuando no logran ser lo suficientemente competitivas con respecto a empresas extranjeras, es por eso que

¹ Estudiante del programa Negocios Internacionales, participante en el Semillero de Investigación en Negocios, Cultura y Relaciones Internacionales.

dentro de estos acuerdos se establecen aranceles es decir un tributo que se aplica a los bienes y servicios que son importados en un país.

¿Pero quienes se benefician de que una moneda se revalúa o se devalúe?

En el caso de la devaluación, las personas que más se ven beneficiadas por una devaluación de una divisa como lo es el dólar frente a otra divisa como lo es el peso colombiano, son las personas y empresas que para el desarrollo de sus productos o sus actividades económicas dependen de la importación de bienes, debido a que tendrán que pagar una menor cantidad de pesos colombianos para cambiar a dólares para poder responder con sus importaciones; lo que significa un gran beneficio en cuanto a rentabilidad de una empresa, aumento de margen de utilidad y sobre todo una disminución en el precio de los productos, así estas empresas podrán ser más competitivas.

Para el caso de la revaluación, las personas que más se ven beneficiadas ante el aumento del precio de una divisa como el dólar frente al peso, son aquellas personas y empresas que dependen sus actividades económicas de la exportación, ya sea de bienes o servicios, pues van a recibir una mayor cantidad de pesos por los dólares recibidos.

Estas divisas para bien o para mal se pueden manipular, a fin de cuentas, todo esto para afectar o beneficiar la economía de un país, es así como se puede entrar en una guerra de divisas, un ejemplo de esto es la guerra que se pronostica para este año entre dos gigantes como lo son Estados Unidos y China.

Una guerra de divisas o una devaluación competitiva, “es una manipulación del tipo de cambio de una divisa, con el fin de devaluarla, para abaratar sus productos y de esta manera poder conseguir una ventaja competitiva y de esta forma aumentar las ventas al exterior” (Gutiérrez, 2018, parr. 2). Todo esto con el fin de poder tener una economía con una balanza comercial positiva, es decir una economía con un superávit donde se exporta más de lo que se importa, por otra parte, esto conduce a que las importaciones se vuelvan mucho más costosas, lo que supone un impulso más para la economía, con el fin de que las personas exporten más de lo que importan.

Diamand (1973) afirma que para poder solucionar el problema de la cultura productiva desequilibrada es necesario que en el sector primario y el sector industrial, se integren experiencias e ideas que ayuden con este problema, dentro de estas ideas surge el tipo de cambio donde se favorece que la moneda dólar la cual es utilizada a nivel mundial para la compra de maquinaria necesaria para los procesos de industrialización de un país, tenga una tasa de cambio más alta, en comparación a otra moneda es decir se induce una devaluación, como hemos venido analizando en el documento, es así como el gobierno chino ha inducido de manera indirecta el aumento en el precio de todos los bienes importados, específicamente norteamericanos reduciendo su demanda, lo que incentiva la exportación, y por otra parte es una manera

La cultura corporativa importa. Cómo elige la administración tratar a su gente impacta en todo-para bien o para peor.

Simon Sinek.

Si conoces al enemigo
y te conoces a ti mismo,
no necesitas temer el
resultado de cien batallas.
Si te conoces a ti mismo,
pero no a tu enemigo, por
cada victoria te espera una
derrota.

Sun Tzu.

de protección a las industrias nacionales, en este caso las industrias chinas, pues importar productos norteamericanos sería más costoso, lo que beneficia a la demanda de productos del mercado local.

Sin embargo, el problema de esta devaluación competitiva o manipulación del tipo de cambio de divisas en esta guerra en la que se encuentra Estados Unidos con China es que tiene costos sociales altos que donde no se logren tratar a tiempo pueden generar una recesión que a su vez cause una inflación cambiaria, debido a que la distribución del ingreso si no se controla, se vuelve cada vez más desigual, es por esto que se deben limitar la cantidad de bienes exportados al exterior, y la cantidad de bienes importados, para lograrlo es necesario que se creen aranceles que limiten estas cantidades y es justo ahí en ese momento donde se vuelve indispensable el papel del estado en la intervención de la economía a través del proteccionismo, no obstante estas medidas proteccionistas que ha tomado China van en contra vía de los intereses norteamericanos, quienes apuestan y han promovido desde un principio el libre mercado, desencadenado una guerra de aranceles entre estas dos potencias.

La guerra económica inicio por la imposición que hiciera Estados Unidos de US\$50.000 millones de dólares en aranceles a productos chinos porque considero que estaba realizando prácticas desleales en materia comercial (De Giorgis, 2019).

Ante este panorama el gobierno chino no se quedó atrás y fue así como

...el día 2 de abril del 2018 el Ministerio de Comercio de China decidió imponer aranceles a más de 128 productos norteamericanos, incluyendo chatarra de aluminio, aviones, automóviles, productos derivados del cerdo y la soja (que tiene un arancel del 25 %), así como a frutas, frutos secos y tuberías de acero (15 %). (BBC Mundo, 2018, parr. 6).

Posteriormente “el gobierno norteamericano tomo la decisión de establecer aranceles a piezas de aviones, baterías, televisores y dispositivos médicos importados de China” (Wu, 2019, p. 1140). Esta decisión al día de hoy le costaría caro a la nación norteamericana puesto que con la expansión del actual virus conocido como el Covid-19 es necesario que se importen a este país equipos médicos y medicamentos que logren combatir este virus, los cuales en su mayoría se fabrican en China, desde que inició esta guerra se pudo ver como esta alza en aranceles afecto la accesibilidad a la salud para personas con bajos ingresos, sin embargo la pregunta hoy está más abierta que nunca ¿ primarán los intereses comerciales sobre la salud y la vida de los ciudadanos norteamericanos?

Este tipo de sanciones que decidió establecer la nación norteamericana afectaron de manera directa el desarrollo de la telemedicina, Huawei como todos conocemos el día de hoy es una de las compañías más grandes en el sector de telecomunicaciones, y es uno de los pioneros en el desarrollo de la

tecnología 5G, que últimamente se ha visto perjudicada en su expansión y uso global, esta tecnología se ha estado utilizando con éxito en China, sin embargo no solo es la presión aduanera que ejerció Estados Unidos, también está demostrado que este presiono a otros países y empresas nacionales haciendo uso de su hegemonía mundial para que no usaran esta tecnología, y por ende no apoyaran las investigaciones ni los procesos que venía desarrollando la multinacional.

Además de los anteriores impactos negativos que ha tenido esta guerra comercial en los ciudadanos tanto norteamericanos como chinos, otro punto a tratar fue la gestación de sentimientos antinacionalistas ante sus respectivos rivales, por ejemplo en Estados Unidos se comenzaron a dar sentimientos xenofóbicos “anti chinos” pues muchos ciudadanos chinos por lo general eran excluidos socialmente tanto en su lugar de trabajo como en las universidades donde estos se movían, y en el país Chino se dio un sentimiento antiestadounidense con las mismas características que el sentimiento anti chino, y a esto se le suma que

...desde septiembre de 2019 el congreso de los Estados Unidos estaba preparando una ley que permitía restringir a los estudiantes chinos, carreras de biotecnología y atención médica avanzada en los EE. UU., medidas que además de discriminatorias obstaculizan de manera directa la innovación y la difusión de la medicina (Wu, 2019, p. 1140).

Como Estados Unidos y China son consideradas la primera y la segunda economía más grande del mundo no solamente

...esta disputa comercial ha traído problemas para estos dos países, también ha causado un obstáculo significativo en el desarrollo del comercio mundial extendiendo repercusiones en demás países y otras economías mundiales como Japón, que perdió 0.01% de su PIB, y UE (0.01%), por último, el PIB global debido a las relaciones de interdependencia económica experimentó una pérdida del 0.05%. (Liu, Creutzig, Yao, Wei, & Liang, 2020, p. 6)

Esta fricción comercial la están pagando los ciudadanos de estas dos naciones pues se registra que en la nación norteamericana disminuyó el empleo en 34 de 48 sectores principalmente en las industrias agrícolas y aquellas que se dedican al procesamiento de estos productos, registrando pérdidas en “el sector de semillas oleaginosas (16.0%), el sector de fibras vegetales (11.0%), la lana sector del capullo (10.4%)” (Liu, Creutzig, Yao, Wei, & Liang, 2020, p.7). China también disminuyó el empleo en 15 sectores, principalmente en las industrias manufactureras. “Sus mayores pérdidas de empleo provienen principalmente del sector del capullo de lana (2.7%), fabricación de equipos electrónicos (3.6%), productos de madera (2.0%) y productos de cuero (1,6%)” (Liu, Creutzig, Yao, Wei, & Liang, 2020, p. 7)

Todo lo que es inteligente puede haber sido ya pensado siete veces. Pero replantearse de nuevo en otro tiempo y en otra situación, no es la misma cosa.

Ernst Bloch

La verdadera medida del valor de cualquier líder y gerente es el rendimiento.

Brian Tracy.

Sin embargo, el crecimiento de China también ha venido acompañado de una serie de imaginarios colectivos, que últimamente ya no están teniendo una gran validez, pues “durante los últimos 11 años, su PIB alcanzó niveles cercanos al 10% para el 2007 y se redujo a 0.3% para el año 2018, para el presente año 2020 se tendrá un déficit durante los próximos meses”, pues se sabe que en su gran mayoría casi todas las economías se van a contraer producto de la pandemia (Davivienda Corredores, 2019).

Otro de los grandes puntos en contra de la economía china actualmente, es la gran reducción que ha tenido en materia de inversión extranjera directa, la cual paso del año 2013 al año 2018 a reducirse en un 31% pues China está limitando fuertemente la entrada de capital extranjero para sectores como la banca, producción de bienes y servicios, y telecomunicaciones, en la mayoría de los casos para limitar esta entrada de capital, se les pide a los inversionistas tener un socio local con una participación mayor al 50%.

Estos problemas anteriormente mencionados han hecho que se prepare un coctel de serias dificultades que tienen a China en una desaceleración económica indudable, según datos del Institute of International Finance (IIF), su crecimiento para enero de 2011 fue de 11% y paso a ser para enero de 2019 del 5.3%, una reducción de 51.8% todo esto se ha venido dando en cambios negativos a su cuenta corriente, déficit fiscal, y capacidad para atraer capital extranjero. Véase gráfica.

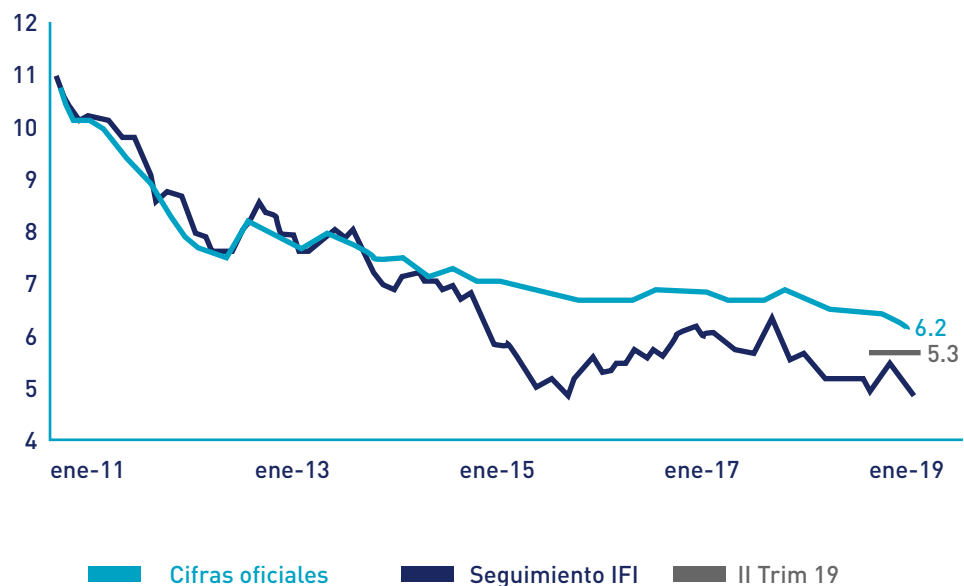


Figura 1. Crecimiento económico de China

Fuente: Davivienda (2020, p. 12).

Estas fricciones además de generar grandes pérdidas en el bienestar social tanto de ciudadanos norteamericanos como ciudadanos chinos con altas cifras de desempleo y pérdida de adquisición monetaria, ha tenido un notable aspecto positivo en cuanto a cambios de emisiones regionales de GEI (Gases de efecto invernadero) y contaminantes atmosféricos donde al parecer esta guerra económica ha tenido un impacto positivo para el medio ambiente, pues mientras que en otros países las emisiones de gases contaminantes se han mantenido estables, o al contrario han aumentado, en términos de GEI bajo las 6 rondas de negociación de esta guerra comercial, las emisiones globales de CO2 que se han registrado disminuyeron en un 0.16% y localmente en China y EEUU se redujo la contaminación en un 0,68% y un 0,02% respectivamente; no solamente en emisiones de CO2, estos notables cambios también se dieron en otros gases como NH3, N2O, PM2, entre otros componentes contaminantes. (Liu, Creutzig, Yao, Wei, & Liang, 2020, p.12)

Por ultimo como hemos venido analizando en el presente artículo, esta guerra económica es más que un simple aumento en las tarifas arancelarias, o más que una simple guerra de divisas, es una guerra que no se debe minimizar, pues todas las guerras tienen sus efectos colaterales, puesto que en ellas quienes terminan pagando las consecuencias y los platos rotos son las personas del común, por ejemplo las personas con condiciones económicas vulnerables que se verán perjudicadas en la parte medica con los problemas arancelarios al no poder obtener sus medicamentos o maquinarias importadas para sus tratamientos a bajos costos, o todas aquellas personas que serán despedidas cuando las empresas en las que trabajan tengan que cerrar sus operaciones debido a esta guerra comercial.

El camino aun es largo, y existe dentro del mundo actual un panorama enorme de incertidumbre acerca de esta guerra comercial, tanto en los mercados financieros como en el mundo político, pues de sus efectos depende la economía de muchos de ellos, sin embargo, espero que en los próximos meses o años se logre solucionar esta divergencia entre estos gigantes de la economía mundial, y que por primera vez prime el bienestar social de las personas por encima de las diferencias de estos dos.

Referencias

- BBC Mundo, R. (2018, 2 abril). China impone aranceles a 128 productos estadounidenses por US\$3.000 millones y responde a la «guerra comercial» de Donald Trump. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-43617562>.
- Davivienda Corredores. (2019, noviembre). *Colombia con fuerza propia*. <https://www.daviviendacorredores.com/wp-content/uploads/2019/11/Libro-2020-Colombia-con-fuerza-propia-2.pdf>

Un hombre puede plantar un árbol por un sinnúmero de razones. Tal vez a él le gusten los árboles; tal vez quiere un refugio; o tal vez él sabe que algún día necesitará leña.

Joanne Harris.

En la preparación para la batalla he encontrado que los planes son inútiles, pero la planificación indispensable.

Dwight D. Eisenhower

- De Giorgis, L. (2019, 8 junio). Estados Unidos Vs China: Guerra Comercial. <http://www.iniciativaiaicista.cl/blog/750-estados-unidos-vs-china-guerra-comercial.html>.
- Diamand, M. (1973). *Doctrinas económicas, desarrollo e independencia económica para las estructuras productivas desequilibradas*. Paidós.
- Gutiérrez, L. C. (2018, septiembre 1). La guerra de divisas. <http://repositorio.unican.es:8080/xmlui/handle/10902/15129>.
- Hirschman, A. (1945). *National Power and the Structure of Foreign Trade*, Berkeley. University of California Press.
- Keohane, R. y Nye J. (1989) *Power and Interdependence*, 2a ed., Glenview, Ill., Little Brown.
- Liu, L.-J., Creutzig, F., Yao, Y.-F., Wei, Y.-M., & Liang, Q.-M. (2020). Environmental and economic impacts of trade barriers: The example of China-US trade friction. *Resource and Energy Economics*, 59, 101144. <https://doi.org/10.1016/j.reseneeco.2019.101144>
- Real Academia Española. (2019). <https://dle.rae.es/dinero>
- Sevilla, A. (2020, 23 de marzo). Devaluación. Recuperado 3de junio de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/devaluacion.html>
- Wu, S. (2019). Effect of the escalating China-US trade war on health care. *The Lancet*, 394(10204), 1140. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(19\)31908-7](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(19)31908-7).

Reflexiones

Nuevas apuestas de innovación en el marketing, para la comercialización de la uchuva colombiana y su exportación

Sara Castañeda¹

Introducción

Colombia se reconoce por ser un país experimentado en el campo agrícola, los negocios se derivan de un sector primario especializado en diferentes actividades relacionadas con el aporte de la tierra para la exportación. “La producción y comercialización de la fruta y la verdura de Colombia al exterior se ha visto como un proyecto exitoso en países como Argentina, Canadá, Estados Unidos, Brasil e incluso España” (Turismo, 2018, pág. 1). Enfocados en la comercialización de los frutos exóticos, existe un extenso mercado para la compra de la uchuva partiendo de las diferentes cualidades que este producto colombiano ofrece; calidad como fruto fresco, limpieza, economía y oferta amplia. La uchuva colombiana se ha reconocido por ser producida y exportada de un modo en el que se genera utilidad y rentabilidad plena para las empresas colombianas que trabajan con el fruto. Esto se ha manifestado en análisis de mercados y noticias comentadas desde el año 2012. Hoy, dice AnalDEX, “Colombia vende en el exterior entre 5.000 y 6.000 toneladas de este producto, principalmente a países europeos y asiáticos” (Medina, 2017, pág. 18). Es importante resaltar que la mayor cantidad de exportaciones de frutos como la uchuva va hacia los países europeos. “En el año 2012 las exportaciones de uchuva han crecido en un 8,6% y aun así siguen en un constante crecimiento porcentual de exportaciones dedicadas a países europeos y asiáticos” (Legiscomex, 2014, pág. 16) se puede decir que el sistema de exportaciones de uchuva ha generado efectividad en los últimos 6 años pero aun así cada 3 años se tiene en cuenta a qué tasas avanzan las exportaciones del fruto.

Los procesos del marketing nacional e internacional son importantes para la agricultura en Colombia ya que estos funcionan como una herramienta facilitadora de comercialización de los diferentes productos colombianos provenientes del sector primario y al mismo tiempo son importantes para la comercialización de productos en general como la uchuva, “la aplicación de estas dos variables genera la verdadera satisfacción de el comprador y así mismo crecimiento porcentual en los beneficios del productor y comercializador” (Zapata, 2006, pág. 24) en este caso el exportador.

El establecer nuevas estrategias de comercialización de los productos ha sido un reto para el país ya que la producción y transformación de ellos son el foco principal el cual siempre se ha tratado por parte de los productores y las empresas de abastecimiento alimenticio, pero el no tener en cuenta el proceso de comercialización no solamente dentro del país sino internacio-

¹ Estudiante de V semestre del Programa de Negocios Internacionales, miembro del Semillero de Investigación de Negocios, Cultura y Relaciones Internacionales.

Si usted no tiene un
objetivo justo, con el
tiempo se verá afectado.
Al hacer lo correcto,
por la razón correcta, el
resultado correcto espera.

Chin Ning Chu.

nalmente, puede generar una disminución en la demanda del producto, esto hace referencia a no tener únicamente procesos de producción fuertes y de transformación como todo los pasos a seguir después de las cosechas, sino también concentrarse en procesos para comercializar el producto que se ha cosechado y con esto no dar pie a que empresas extranjeras logren establecer mejores comercializadoras del producto cosechado.

Es por esto por lo que las estrategias del marketing requieren un tratamiento constante, utilizando las herramientas que ofrece la innovación tecnológica y hasta el mismo Estado con el fin de conservar un sector agrícola eficiente y generador de utilidades para los productores pero que al mismo tiempo, cada uno de los productos exportados sea reconocido por ser proveniente de Colombia y así mantener lo que se denominaría una “fiel demanda en el marketing” (Pammies, 2003, pág. 2).

Otro aspecto importante que de debe tener en cuenta en el contexto del trabajo es la importancia de la cultura innovadora en las estrategias de publicidad, esto se concluye ya que el innovar no es lo único importante sino también “la creación de una nueva cultura en la cual el producto o servicio logre impactar y penetrar el mercado” (Díaz, 2004, pág. 14) por medio de los modelos del marketing alimenticio

Teniendo en cuenta la importancia de los modelos del marketing para el agro en Colombia, podemos decir que, en los procesos de comercialización de la uchuva colombiana, es importante sostener modelos publicitarios que permitan el continuo desarrollo de este fruto en materia de producción pero que, sobre todo, permitan que los porcentajes de exportaciones logren aumentar cada vez más.

El implementar modelos de marketing que permitan el conocimiento mas profundo del producto y sus características, pueden llegar a ser una herramienta eficiente, pero más allá de eso, el uso de las herramientas y teorías nuevas aplicadas en el marketing internacional pueden llegar a ofrecer un mejor impulso para la uchuva proveniente de Colombia. “La implementación de un nuevo método de mercadeo involucra cambios significativos en el diseño y / o empaque de productos, colocación de productos, promoción de productos o precios” (OECD, 2018, pág. 1), es por esto que los métodos que han sido diseñados por especialistas los cuales tienen que ver con rediseño de los empaques y los estudios realizados sobre la promoción de los productos se tendrá en cuenta en el artículo con un enfoque hacia el marketing referido a las 4p del mercadeo.

A continuación, se describen algunas teorías y corrientes del marketing, considerando aspectos tales como el marketing convencional, neuronal, desarrollo de procesos empresariales y políticas internacionales. Los objetivos de la investigación serán inicialmente el análisis de las estrategias y teorías

del marketing y como éstas podrían llegar a contribuir en la comercialización de la uchuva colombiana. De la misma manera implícitamente los objetivos específicos como el determinar la importancia del marketing internacional para la comercialización de la uchuva y, por último, identificar qué planes estratégicos de marketing han sido implementados para la comercialización de la uchuva y si estos han generado beneficios.

El proceso de la producción y la comercialización de fruta en Colombia es una de las industrias más importantes para el país, esto debido a que, según el DANE “en el año 2000 la agricultura en Colombia representa un renglón importante en la economía del país ya que aumenta el PIB” (DANE, 2007, pág. 1). A partir de esto, diferentes investigaciones han tomado en cuenta la importancia de la agricultura para el país y las exportaciones del sector primario pero ningún artículo en específico menciona ese vacío sobre las apuestas innovadoras en el marketing para la comercialización de la uchuva desde Colombia. Estudios como las investigaciones de mercado para la comercialización de la uchuva realizadas por Francisco Torres Nariño en 2012 y los planes de exportaciones de la uchuva a diferentes países realizados por la Universidad Javeriana, por Cedeño (2012) son investigaciones de las cuales se ha podido filtrar información útil para crear estrategias que generen beneficios tanto en el modelo de negocio deseado, como en los métodos de comercialización del fruto.

Para el plan de exportación de un fruto desde Colombia es necesario considerar las teorías básicas y más importantes del mercadeo, entre ellas la teoría de “las variables de las 4 P con respecto a la comercialización de un producto y sobre todo en el sector agrícola, debido a la segmentación de mercados a los cuales el fruto o el alimento será llevado por diferentes necesidades cotidianas” (Londoño, 2008, pág. 157). La importancia de esta teoría para la comercialización de la uchuva tiene relación con cada una de las variables de las 4 P (precio, plaza, promoción y personas) las cuales son el objetivo inicial de todo modelo de comercialización de frutos, sobre todo al momento de exportarlos estableciendo beneficios en las variables de precio y promoción a la demanda. Así mismo, generando un modelo de marketing específico para cierta muestra de personas y ciertos lugares, que en este caso son Europa y Asia, los mayores consumidores del fruto.

Al momento de la comercialización a nivel internacional, el fruto hace parte de la categoría de escasos y costosos por lo que se restringe a un mercado en donde su consumo responde a requerimientos específicos como en los países de primera categoría culinaria y también primer estándar de necesidades de salud. Al mismo tiempo, genera rentabilidad para los productores colombianos, obteniendo mayor utilidad por cada producto (Procolombia, 2010).

Otro de los enfoques desde el marketing es la teoría del mercadeo moderno junto a la teoría de la estabilización, la cual hace referencia a “agrupar

Cuando sabemos que
nuestro enemigo es
invencible, es mejor
correr y esconderse...o
intentar hacer negocios
con él.

Toba Beta.

La estrategia de mi entrenador y mía, consistió en tomar la mejor parte de todos los saltadores del mundo y crear un atleta que nunca hubiera existido. A continuación, empezar a trabajar en ser esa persona.

Sergei Bubka.

los principios que orientan la aplicación de las ciencias como la economía, la administración, la psicología, la geografía, la estadística y las matemáticas y esto para resolver los problemas empresariales” (Rodríguez, 2010, pág. 88), esta teoría puede ser involucrada en los procesos de comercialización de los frutos como la uchuva siempre y cuando cumpla con los estudios cualitativos que hace referencia la teoría, pero se puede decir que funciona al momento de unir las teorías de cada factor económico, psicológico y hasta geográfico, para generar mejores estrategias de marketing al comercializar la uchuva. Al igual que el modelo de la estabilización se puede decir que la relación entre variables como las 4p y las teorías de la modernización son complementarias, ya que las variaciones de precio y cantidad llegan a afectar en el modelo y “ofrece una estabilización en el control de precios, la inteligencia de mercados, la aparición de mercados de futuros promovidos por el gobierno y esquemas de base reguladora y de base de reserva” (Rodríguez, 2010, pág. 88).

En relación con las teorías, es importante decir que los modelos y herramientas del marketing más utilizados generalmente son aceptados por la mayoría de industrias a nivel internacional ya que se usan como estrategias generales para la comercialización de los alimentos “el plan de marketing internacional es un instrumento fundamental para coordinar y combinar adecuadamente los esfuerzos en los diversos países” (Moreno, 2007, pág. 7).

Existen diferentes planes de marketing internacional muy general para la venta de las hortalizas y en este caso la uchuva colombiana, tales como “las técnicas de presentación, iluminación, temperaturas y la más importante el marketing neuronal” (Mercagranada, 2017, pág. 1) los cuales son un incentivo más para los compradores teniendo en cuenta la relevancia del proceso de producción que sufre el producto. Otra de las herramientas que deben ser implementadas dentro del marketing para el posicionamiento de un producto como la uchuva es la “documentación de los ciber medios” (Sarmina, 2019, pág. 3), lo cual puede ayudar a la exportación, no solo en la comercialización con intermediarios sino en la comercialización directa entre el productor y el importador. Por ciber medios se entienden todas las herramientas publicitarias presentadas de manera virtual, lo que se ha vuelto una necesidad para las empresas, pero al mismo tiempo permite el mayor conocimiento del productor, “lo necesario que es presentar instrumentos y plataformas que permitan a los internautas convertirse en lectores activos del medio online, con capacidad para comentar, ampliar, validar, votar, filtrar sobre el producto” (Tejedor, 2010, pág. 20) y de la mano con la documentación de los ciber medios, la herramienta del uso del marketing de contenidos el cual hace referencia a “la creación de contenido llamativo para que cierta población se dirija a la documentación del producto” (Cuervas, 2015, pág. 8) puede ser la pieza final para completar las herramientas del marketing que todo productor y exportador de la uchuva debería tener al momento de generar ventas.

Por último, podemos decir que los modelos y herramientas que han sido adaptados en las exportadoras de uchuva colombiana y que se encuentran al alcance de los investigadores, son importantes de explicar y así mismo ver cuáles de ellos han generado resultados positivos o negativos. Las principales empresas exportadoras de uchuva en Colombia según la ficha final de agro alimentos por Precolombina son “Ocati S.A, Frutireyes S.A y Novacampo S.A.S” (Procolombia, 2010, pág. 3) y cada una de estas empresas presenta páginas web en donde algunos datos y características son publicadas, permitiendo el conocimiento de ciertos procesos de producción pero también, algunos de comercialización de la uchuva. De cada una de las tres empresas se dará a continuación una pequeña conclusión de las herramientas que son visibles sobre el uso del marketing para la comercialización de la fruta:

- Ocati S.A: empresa fundada en 1988, aplica estrategias de marketing sostenible enfatizando la calidad del producto, pero también la responsabilidad social que se debe tener al momento de comercializarlo. Estrategias como el uso de las 4p, uso de redes sociales y páginas web, así mismo etiquetas de explicación de uso y durabilidad son las estrategias más fuertes de la empresa, pero no cabe duda de que el enfatizar en los proveedores (supermercados y tiendas especializadas) sobre la importancia del consumo del producto, para la salud al igual que el reciclaje de su empaque es lo más importante.
- Frutireyes S.A: empresa que desde el año 2000 se apoya en publicidad sobre frutos exóticos colombianos por medio de su página web y redes sociales; es importante decir que esta empresa no tiene tanta fuerza en el marketing digital pero si en su página web. Otra de las herramientas utilizadas son los diferentes empaques curiosos que utiliza, ya que no son únicamente canastillas sino también cajas estampadas, bolsas y cajas plásticas y todas estas herramientas con uso de la teoría del color.
- Novacampo S.A: empresa que al igual que Ocati se ha dejado llevar por las 4p del marketing y también por una relación estrecha entre proveedores, clientes y asociados para involucrarlos en el marketing que normalmente se hace voz a voz. Sobre esta empresa no se encuentran publicaciones de planes de mercadeo ni muchas redes sociales enfocadas a la venta del producto.

Conclusiones

Las herramientas y modelos de mercadeo son importantes para las empresas a nivel mundial ya que como es reconocido, logran establecer nuevos métodos de posicionamiento de un producto en el mercado, pero, aun así, para encaminarlo al comercio de la uchuva estas herramientas se adaptan a

“Un buen líder lleva a las personas a donde quieren ir. Un gran líder las lleva a donde no necesariamente quieren ir, pero deben de estar”.

Rosalynn Carter, ex Primera Dama de Estados Unidos

un mercado con una necesidad de modelos de comercialización más fuertes, teniendo como base las teorías que se han manejado dentro del posicionamiento agrícola y las estrategias de ventas.

Se puede decir que teorías como las 4p en donde se involucran las estrategias de comercialización más generales, son importantes para el mercado agricultor y la comercialización de la uchuva, ya que este modelo se convirtió en una necesidad más que en un valor agregado del productor para que el producto logre ser reconocido y se cumpla el objetivo inicial que es obtener un cliente fijo. Teorías como estas al ser establecidas para la comercialización de las uchucas, hacen que se cumpla con un tipo de “parámetros generales” los cuales han sido establecidos por el mismo mercado de alimentos y que si no son implementados automáticamente el mercado los exige.

Otra importante conclusión se resume en una perspectiva real de cual de estas teorías o que herramientas del marketing, desde el punto de vista de la autora, es la más eficiente para la comercialización de la uchuva colombiana en un mercado básico que sea enfocado solo en la venta del producto como fue cosechado (sin transformaciones).

Con respecto a esto la autora considera el marketing digital como una de las herramientas mas importantes y representativas para el comercio de las uchucas ya que no solamente permite un amplio conocimiento del producto para el comprador, sino que también ofrece mayores estándares de confiabilidad y relacionamiento con clientes, los cuales no solamente se interesan por comparar en una oportunidad. De la misma manera, la herramienta de la “documentación de los ciber medios” que implica establecer páginas web oficiales y redes sociales, son acciones a favor de la demanda de productos agrícolas en los últimos años. Esto habla en favor de “la importancia de las redes para el comercio” (Sarmina, 2019).

Las estrategias de comercialización por lo tanto hoy en día, deben estar relacionadas con las demandas de un mundo tecnológico y tecno dependiente, al usar los avances que la tecnología ha regalado a muchos países del mundo.

Referencias

Cardenas, J. I. (2016). Agricultura y desarrollo. *Scielo*, <http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v35n62/v35n62a04.pdf>.

CEPAL. (Octubre de 2017). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2017-2018*. Obtenido de Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2017-2018: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/42281-perspectivas-la-agricultura-desarrollo-rural-americas-mirada-america-latina>

Solo puedes cambiar
lo que la gente sabe,
no lo que hace.

Scott Adams.

- Cuervas, F. T. (2015). Herramientas de marketing de contenido para el tráfico online. *Redalyc*, 20.
- DANE. (22 de Octubre de 2007). *Departamento administrativo Nacional de Estadísticas*. Obtenido de Departamento administrativo Nacional de Estadísticas: [http:// www. dane.govco/index.php?option=com_content&task=section&id=18Itemid=4](http://www.dane.govco/index.php?option=com_content&task=section&id=18Itemid=4)
- Legiscomex. (15 de Mayo de 2014). *Legis S.A*. Obtenido de Legis S.A: <https://www.legiscomex.com>estudio-frutas-exoticas-colombia-completo-pdf>
- LEGISCOMEX. (Enero de 2018). *LEGISCOMEX*. Obtenido de LEGISCOMEX: <https://www.legiscomex.com/Documentos/abccomercio-dotacion-factores>
- Londoño, J. (12 de Enero de 2008). *Redalyc.org*. Obtenido de Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/3223/322327242009.pdf>
- Medina, M. A. (16 de Octubre de 2017). *El Espectador*. Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/economia/uchuva-el-otro-oro-de-exportacion-articulo-718386>
- Mercagranada. (4 de Septiembre de 2017). *Mercagranada*. Obtenido de Mercagranada: <http://mercagranada.es/tecnicas-fruta-verdura-vender-mas/>
- Moreno Oliva, O. I. (2007). EL MARKETING INTERNACIONAL COMO HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA UNA. *Ciencia en su PC*, 1- 10.
- MX, U. (2008). *Economia Unam*. Obtenido de Economía Unam: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>
- OEC. (2019). *The Observatory of Economic Complexity*. Obtenido de The Observatory of Economic Complexity: <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/col/>
- OECD. (2018). Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. En OECD, *Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation* (pág. 199). Obtenido de Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.
- Procolombia. (Enero de 2010). *Exportacion "Goldenberry"*. Obtenido de Exportacion "Goldenberry": https://procolombia.co/docs/int-procolombia/es/exportaciones/ficha_uchuva_final.pdf
- Rodriguez, L. F. (Enero de 2010). *UNAL*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/42197/1/28039-99362-1-PB.pdf>

Mostrar a todos los competidores lo que se está haciendo. Ellos aprenden muy pronto de todos modos. Eso sí, no les digas lo que estás pensando.

Bill Hewlett (fundador de Hewlett Packard)

La superioridad numérica no tiene ninguna importancia. En la batalla la victoria será para el mejor estratega.

Robert Lynn Asprin.

- Sarmina, G. (Enero de 2019). *Unad*. Obtenido de Unad: <file:///C:/Users/sarit/Downloads/2558-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7601-1-10-20180821.pdf>
- Tejedor, S. (2010). Herramienta de marketing y posicionamiento. *La Web 2.0*, 30.
- Turismo, M. C. (17 de Noviembre de 2018). *Procolombia*. Obtenido de Procolombia: <http://tlc-eeuu.procolombia.co/oportunidades-por-sector/agroindustria/frutas-legumbres-y-hortalizas>
- Zapata, W. (Febrero de 2006). *Cienciasalle*. Obtenido de Cielciasalle: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=esp_gerencia_de_mercadeo
- Zapata, W. (2006). *Plan de mercadeo para la comercializacion de Uchuva en Alemania PDF*. Obtenido de Plan de mercadeo para la comercializacion de Uchuva en Alemania PDF: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/644/TM83.06%20Z17p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Reflexiones

Progreso y Sostenibilidad, ¿amigos o enemigos?

María Paula Cadena Orjuela¹

Introducción

El impacto ambiental del transporte aéreo se considera uno de los mayores desafíos para el sector aeronáutico, en donde Avianca Holdings se ha enfrentado al reto de tomar un papel activo en implementar iniciativas y estrategias que generen soluciones óptimas para alcanzar la sostenibilidad en el sector. Las diversas medidas que ha tomado la industria de aviación y que ha adoptado Avianca Holdings como respuesta al efecto global del incremento de gases efecto invernadero se encuentran en cómo puede ser sostenible mediante su compromiso frente a la mitigación de este. El presente artículo es producto de una aproximación personal desde la experiencia laboral de la autora a la forma en la que Avianca Holdings aerolínea con 100 años de experiencia, ha sabido acoger los Objetivos de Desarrollo Sostenible mediante diversas iniciativas que ha implantado frente al impacto ambiental por su operación aérea.

Palabras clave: Combustible aeronáutico; Bonos de Carbono; ODS; Transporte aéreo; sostenibilidad.

Abstract

The environmental impact of air transport is considered one of the greatest challenges for the aeronautical sector, where Avianca Holdings has faced the challenge of taking an active role in implementing initiatives and strategies that generate optimal solutions to achieve sustainability in the sector. The various measures that the aviation industry has taken, and that Avianca Holdings has taken in response to the global effect of the increase in greenhouse gases and how it can be sustainable through its commitment to mitigating it. In this article, the author has used her work experience at Avianca Holdings airline as an instrument and through a documentary review, the way in which Avianca Holdings, an airline with 100 years of experience, has been able to embrace the Sustainable Development Goals through various initiatives that has implemented against the environmental impact of its air operation.

Keywords: Aeronautical fuel; Carbon Bonds; ODS; Air Transport; sustainability

¹ Estudiante del Programa
Negocios Internacionales

¿Puede una Aerolínea como Avianca Holdings ser sostenible?

Desarrollando soluciones que contribuyan a un equilibrio entre sociedad, economía y medio ambiente. Avianca Holdings tiene el propósito de generar un alto valor en estos tres pilares para la construcción de Ciudadanía Corporativa, convirtiéndose así, en una de las aerolíneas más reconocidas en América Latina, siendo identificada como Avianca Humana, Ambiental y Solidaria.

La conectividad aérea, segura y globalizada ha permitido el crecimiento acelerado del tráfico aéreo. Según la Aerocivil:

...el tráfico aéreo ha crecido notablemente en los últimos 100 años, desde el primer vuelo comercial de solo 34 kilómetros, las modernas aeronaves transportan ahora pasajeros y carga por más de 64 billones de kilómetros anualmente o diez veces la distancia de la tierra a Neptuno (Aerocivil, 2017, p. 4).

La red del transporte aéreo se ha mantenido de forma persistente en las operaciones de carga y de pasajeros ofreciendo diferentes ventajas a la sociedad, como la rapidez, interconectividad, distribución, empleo e intercambios culturales.

Este alto incremento de la demanda de pasajeros y de carga en el sector aeronáutico ha generado no solo un crecimiento y miles de empleos sino también ha provocado una lucha contra la crisis climática causada por la producción de dióxido de carbono y óxido nítrico los cuales forman los gases efecto invernadero que provocan el calentamiento global.

La industria de la aviación dio un paso clave en la implementación del sistema de compensación y reducción de carbono para la aviación internacional, un mecanismo mundial que ayuda a compensar el aumento de CO₂ en la industria aeronáutica. En vista de que la aviación contribuye con un 2% a las emisiones de efecto invernadero a nivel mundial, a partir del 1 de enero del año 2019 se anunció que todas las líneas aéreas que vuelan rutas internacionales deberán medir e informar sus emisiones de CO₂ a los gobiernos, estas medidas incluyen tecnología, combustible de aviación, avances operacionales y de infraestructura. Por lo anterior, Avianca Holdings ha implementado prácticas sostenibles en sus operaciones incorporando iniciativas y proyectos tales como la conservación de combustible y la implementación del sistema de monitoreo, reporte y verificación (MRV) del Plan de Compensación y Reducción de Carbono para la Aviación Internacional (CORSIA) para las emisiones de carbono con la finalidad de acatar los requerimientos establecidos por la OACI en CORSIA.

Con demasiada frecuencia,
un modelo exitoso de
nuevos negocios se
convierte en el paradigma
a seguir de empresas que
no son lo suficientemente
creativas para inventar el
suyo propio.

Gary Hamel.

Tras la preocupación medioambiental, Avianca Holdings ha impulsado su proceso de renovación de flota para hacer las operaciones más favorables y garantizar viajes y servicios de transporte de la más alta calidad. La renovación de su flota ha ayudado a compensar el crecimiento y la producción de CO₂, ya que, al implementar flota moderna con mayor tecnología y avances operacionales ha podido reducir el consumo de combustible para mitigar las emisiones de CO₂.

Dentro de la gestión sostenible de Avianca y al ser uno de los principales patrocinadores en la segunda versión de la Cumbre de Sostenibilidad, ha mostrado su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su preocupación por los elevados niveles de CO₂. Por lo anterior, Avianca decidió hacer parte del Plan de Monitoreo de Emisiones de CO₂ para mitigar el impacto en el medio ambiente, mediante el esquema de compensación y reducción de carbono para la aviación internacional desarrollado por la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI).

La compañía se ha comprometido con los Objetivos de Desarrollo Sostenible mediante la adopción de criterios de sostenibilidad fortaleciendo el compromiso y la integridad del bienestar de sus comunidades, así como la preservación y protección del medio ambiente. Entre sus iniciativas, la compra de bonos de carbono que compensan las emisiones producidas por Avianca ha favorecido a diferentes proyectos no solo de alto impacto sino también en proyectos de energías renovables, restauración de áreas degradadas, reforestación y restauración de bosques.

La compra de bonos de carbono efectuadas por Avianca Holdings, ha venido compensando las emisiones de CO₂ en las operaciones en Colombia, esta iniciativa de responsabilidad social y ambiental clave para adaptarse frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ha contribuido al favorecimiento de zonas de vulnerabilidad, al posconflicto en Colombia, así como también proyectos de alto impacto en América Latina.

Es importante destacar la adaptación ante diversos impactos sociales, económicos y ambientales, ya que, esto constituye un factor fundamental de supervivencia frente a los diversos cambios internos o externos que se puedan producir en las compañías y la forma en la que se busca una solución óptima frente a esto. Este estudio es útil para empresarios y estudiantes, debido a ayuda a entender los mecanismos que empresas robustas desarrollan en la implementación de iniciativas para mitigar el impacto ambiental. Así mismo, resalta ventajas sostenibles que contribuyen a la posición competitiva de Avianca Holdings.

El contraste entre la sostenibilidad y el sector aeronáutico, hace referencia a dos puntos opuestos que, por un lado, pueden trabajar conjuntamente y por el otro pueden trabajar de forma independiente, sin embargo,

La administración es la eficiencia en escalar la ladera del éxito; el liderazgo determina si la ladera está apoyada en la pared correcta.

Stephen Covey.

Cada paso en la vida
no es más que parte de
un juego. Cada pieza es
necesaria, pero si usted
no sabe controlar el
juego, entonces usted se
convierte en una de las
piezas que han de ser
sacrificadas.

Lionel Suggs.

para la industria aeronáutica es importante la implementación de iniciativas y estrategias que contribuyan a la mitigación de este daño medioambiental, ya que, este sector aporta el 2% de efecto invernadero, por lo cual, es un factor de gran importancia a considerar para determinar la manera en la que se está trabajando por dar una solución. Avianca Holdings ha aunado esfuerzos por mantener su responsabilidad y compromiso siendo una aerolínea cada vez más enfocada en el tema de sostenibilidad.

Conclusiones

Avianca Holdings es una empresa con una alta responsabilidad social y ambiental, demuestra su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para hacer de su operación aérea una actividad que aporta y contribuye a mitigar el impacto ambiental, además, mediante diferentes convenios con organismos internacionales de regulación aérea, ha hecho que como aerolínea pueda garantizar la seguridad internacional y un desarrollo en la implementación de iniciativas y medidas que aporten a la disminución de las emisiones de CO₂, por lo cual, Avianca ha aunado sus esfuerzos en desarrollar áreas encargadas para el análisis de los diferentes factores que pueden incidir en el consumo de combustible para que este se disminuya y logre emitir menos emisiones.

Lo anterior, demuestra cómo la sostenibilidad puede ser desarrollada en una empresa con un largo recorrido en la industria y cómo la sostenibilidad y la aviación pueden convivir juntas para desarrollar nuevos proyectos y alternativas que contribuyan y continúen aportando a la disminución del impacto medioambiental.

Referencias

Aerocivil. (2017). *La aviación en cifras. Edición 2017*. <http://www.aerocivil.gov.co/Potada/revi.pdf>

Academia y conocimiento

Liderazgo en tiempo de pandemia, una visión desde el actuar de los dirigentes mundiales

Marcela Góngora Botero¹

Edna Valentina Aguilera Zuluaga, Yohanna Bernal Archila, Lina Gabriela Chocontá Pachón, Valeria Clavijo Buelvas, María Paula Gaviria Pedraza, Jennifer Pamela Padilla Piragua²

Resumen

El propósito del presente artículo es establecer como las principales características de liderazgo de los gobernantes, han influido en su actuar frente a la situación sanitaria generada por el coronavirus COVID 19 y analizar cómo sus programas para enfrentar la contingencia han tenido incidencia en los resultados; mediante la revisión de las principales noticias sobre el desarrollo de las medidas de control para enfrentar la pandemia en cada uno de los países estudiados, se establecerá la relación que existe entre la evolución de las estadísticas de la enfermedad y las características de liderazgo. Nos centraremos en los dirigentes de las siguientes naciones: Reino Unido, España, Estados Unidos, Brasil, Colombia y Alemania, para luego relacionar su comportamiento con las siguientes características: capacidad de comunicación, capacidad de planeación e inteligencia emocional.

Entre las limitaciones encontradas, se resalta la variabilidad de las medidas tomadas en El Tiempo, las cuales se ven seriamente influenciadas por el comportamiento de la población y el manejo que cada nación les da a los planes de prevención.

Palabras Claves: Crisis, liderazgo, planeación, comunicación, inteligencia emocional, pandemia.

Introducción

En el mes de enero del año en curso, la República Popular China dio a conocer a la opinión pública la noticia de un nuevo virus que estaba atacando a sus habitantes concentrado en la ciudad de Wuhan, (Organización Mundial de la Salud, 2020) a partir de allí todas las naciones tuvieron que tomar posiciones para la protección de sus habitantes y así evitar la expansión de la enfermedad, medidas que no fueron suficientes, teniendo que ser declarada pandemia mundial por la organización Mundial de la Salud el 30 de enero de 2020. (Organización Panamericana de la Salud, 2020). Teniendo en cuenta estos acontecimientos, cada país independientemente tomó medidas y posiciones de acuerdo con las características de sus dirigentes. La justificación de la investigación es reconocer de qué manera incide el liderazgo de los diri-

¹ Profesora Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque. Líder Semillero Liderazgo y Organizaciones.

² Estudiantes Semillero Liderazgo y Organizaciones de la Facultad.

Un cliente satisfecho es
la mejor estrategia de
negocios.

Michael LeBoeuf.

gentes en el manejo de una situación y como la conducta del mandatario tiene que ser eficiente, manteniendo el control y planteando diferentes estrategias para el manejo de cualquier crisis que se pueda presentar.

Con este estudio, pretendemos dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿Qué tan eficiente ha sido el liderazgo de los dirigentes en las principales naciones teniendo en cuenta su actuar frente al coronavirus Covid 19?

Adicionalmente, se han planteado las siguientes hipótesis a ser comprobadas o refutadas.

La crisis sanitaria causada por el Covid 19 ha hecho mejorar la forma cómo son vistos los líderes en los diferentes gobiernos alrededor del mundo, debido a que los gobernantes en general se han beneficiado políticamente de la pandemia y son pocos los gobernantes que han sido juzgados negativamente hasta el momento.

Entre mejor sea el liderazgo que tenga un gobierno frente a situaciones difíciles como la crisis actual, mejores serán las medidas tomadas en el país, y sus resultados serán más eficientes.z

Objetivo General

- Determinar el poder del liderazgo frente a situaciones en crisis como la que se vive actualmente debido al COVID-19

Objetivos Específicos

- Identificar aquellos comportamientos que un líder debe tener para asumir una crisis o situación difícil.
- Analizar cómo los líderes de la mayoría de los gobiernos en el mundo están llevando a cabo sus estrategias para mantener a sus ciudadanos tranquilos y seguros.
- Reconocer la importancia de un buen líder en la solución de problemáticas, mediante el desarrollo de estrategias eficientes, logrando un objetivo común, con el fin de controlar la propagación de la crisis.

Esta investigación servirá para demostrar el manejo que los dirigentes, en cada uno de sus países, han tenido en este momento de crisis sanitaria, cómo ellos han reaccionado y manejado cada situación para llegar a influir de manera positiva o negativa en la sociedad.

La investigación se vincula con directrices de políticas sociales, económicas, científicas, y culturales. Es consecuente con principios humanitarios que inducen a una investigación que dé como resultado un bien común para el país.

El estudio fue desarrollado en el periodo marzo - mayo de 2020, midiendo los aspectos de comunicación, planeación e inteligencia emocional de Boris Johnson - Primer Ministro de Reino Unido, Angela Merkel - Canciller General de Alemania, Donald Trump - presidente de Estados Unidos, Pedro Sánchez - presidente del Gobierno de España, Jair Bolsonaro - presidente de Brasil e Iván Duque - presidente de Colombia.

Revisión de literatura

Para ser un buen líder ya sea en un grupo pequeño o grande, es necesario saber cuáles aspectos son los que forman a un líder tanto emocional como comunicativamente, con el fin de desarrollar las metas y objetivos planteados y así mismo llevar por un buen camino al grupo que tenga a cargo el líder. Es indispensable saber que un buen líder no es el jefe sino más bien una persona que sabe cómo influenciar, apoyar y enfrentar las adversidades, que sabe escuchar, entiende las ideas de los demás y sabe orientar.

En cualquier proyecto o trabajo un líder debe estar consciente de que sus emociones y acciones determinan el futuro de todo el equipo, para esto debe seguir ciertos lineamientos optimistas y creativos que proyecten seguridad para con el proyecto. A partir de esto, es que se dice que "ser líder significa, especialmente, tener la oportunidad de crear una diferencia importante en la vida de quienes permiten a los líderes liderar" (De Pree citado por Carrión, 2006).

Características del líder emocional

Con el manejo de la verdad, y la razón, un líder emocional puede lograr seguidores, contagiando su entusiasmo, para lograr su objetivo. El líder emocional tiene el poder de influir sobre los demás, no por conseguir cuotas de poder, sino para hacer que los demás compartan con él los objetivos que se pretenden conseguir. (Moreno, 2016)

Los principales rasgos de esta característica de liderazgo son:

Empatía: Identificándose con los demás y haciendo que se sientan bien, al escuchar e interesarse en sus problemas, comprende cómo se sienten y cuáles son sus preocupaciones, respetando sus posiciones más que imponiendo logra el convencimiento.

Conciencia Social: Al conocer la realidad social y ser consciente de las deficiencias, busca los medios para generar soluciones, integrando y valorando a su equipo o seguidores, para que mantengan la pluralidad y diversidad, mejorando la calidad de vida sin caer en sectarismos.

Los buques de gran tamaño pueden aventurarse lejos de la costa, pero los buques pequeños han de permanecer cerca de la playa.

Benjamín Franklin.

La administración es,
sobre todo, una práctica
donde el arte y la ciencia
se encuentran.

Henry Mintzberg.

Líder de sí mismo: El autoconocimiento y control de sí mismo permite que los otros vean en él, una guía. Las emociones deben ser controladas y manifestadas de tal manera que causen una influencia en los demás, para esto es necesario establecer cuáles son las fortalezas y debilidades y así mismo, gestionarlas de manera que se desarrollen las fortalezas y se tomen medidas correctivas con respecto a las debilidades.

Lealtad, valores y ética: Cuando se habla con la verdad y se siguen de corazón las ideas se demuestra la fortaleza de espíritu y calidad humana, logrando así una motivación que trasciende más allá de los individuos, se logra crear pertenencia con el ejemplo, desarrollando relaciones a largo plazo con metas mucho más altas.

Capacidad de Adaptación: El conocimiento de cada situación y la visión de futuro permite que el líder emocional se adapte a los cambios y saque el mayor provecho de estas situaciones, el cambio siempre genera reticencia, pero, por el contrario, el líder emocional logra que su organización establezca cual es el menor impacto con el mayor beneficio. (Moreno, 2016)

Estableciendo estas características sobre un líder emocional le daremos continuación a un líder comunicativo, la importancia de saber comunicar y saber expresarse ante las personas para guiar bien.

Características del líder comunicativo

Las habilidades comunicativas, se pueden aprender, y son un proceso continuo que día a día se refuerzan como herramienta fundamental de cualquier dirigente, no sólo comprende su expresión oral, también su actitud frente a sus seguidores genera sentimientos de confianza y respeto. Se convierte en interlocutor entre los ejecutores de los planes y cada una de las partes interesadas, por ello debe existir una excelente comunicación, clara y que refleje su sentir frente a cada situación.

Parte de la motivación radica en entender que se quiere lograr de cada individuo, y en esto juega un papel fundamental como se comunica el mensaje, al comunicar mal se puede llegar a malinterpretar, debe ser claro y directo y a la vez adaptable a cada tipo de persona y sus características tanto culturales como sociales, por ello es importante saber escuchar y asimilar las necesidades de un grupo.

Enviar mensajes consistentes: es necesario prever la forma en la cual se interpretarán los mensajes que se transmiten y las consecuencias que estos tendrán para cada uno de los grupos a los cuales se dirige, a la vez identificar como podrían ser malinterpretados para tomar los correctivos antes de asumir las consecuencias o tener que realizar una retractación. (Bateman, 2009)

Desarrollar la flexibilidad: “la flexibilidad es la predisposición que adoptan las personas frente a lo nuevo o diferente, que puede consistir en experiencias, ideas, formas de enfocar un problema, opiniones, etc.” (EAE, s.f.). Todas las situaciones en las que el dirigente se encuentra en la necesidad de cambiar su forma de pensamiento le ayudarán a crecer. Ésta es una cualidad que los directivos deben desarrollar para progresar en sus aptitudes como líderes, puesto que las personas de su equipo respetarán más a un directivo flexible y confiarán más en él.

No sólo las palabras, transmiten el mensaje, el comportamiento no verbal da énfasis al mensaje que se quiere transmitir, por ello es necesario tener en cuenta aspectos como: reafirmaciones visuales. Utilizando tantas ayudas visuales como sea posible, tales como imágenes, gráficas, tablas y diapositivas. Los gestos, usar más gestos faciales y manuales apropiados para hacer énfasis en el significado de las palabras. Demostraciones, actuar todos los temas que sean posibles. Pausas, reafirman lo que se quiere comunicar. Síntesis. dejar evidencia escrita de las explicaciones verbales. (Bateman, 2009)

Características del líder con capacidad de planeación

La planeación es definida por Coulter y Robbins (2005) como “Acto de definir las metas de la organización, determinar las estrategias para alcanzarlas y trazar planes para integrar y coordinar el trabajo” (p. 159), así mismo, se define la capacidad de planeación como “el proceso mental que permite seleccionar las acciones necesarias para alcanzar una meta, decidir sobre el orden apropiado, asignar a cada tarea los recursos cognitivos necesarios y establecer el plan de acción necesario” (CogniFit, 2020, párr 2). Todas las personas tienen capacidad de planeación, se desarrolla diferente en cada persona, dependiendo de la situación, de la educación y de otros factores que son determinantes a la hora de tomar decisiones y establecer planes. Ahora bien, para todos los proyectos, la planeación ocupa un papel fundamental y la capacidad de cómo cada persona la desarrolla; se ve reflejada en los resultados que se obtengan.

Con la planeación se busca garantizar buenos resultados, se busca mantener equilibrio entre las partes involucradas ya sea si se refiere a un proyecto, a una persona, a un trabajo, etc. Existen varios modelos que ayudan a desarrollar esa capacidad de planeación y se tomen decisiones más acertadas, para esto, se realizan estudios, se determinan posibles resultados, las opciones y todo aquello que pueda involucrarse en el proceso, algunos de estos modelos o herramientas que ayudan a mejorar la capacidad de planeación son: La estrategia logística, las herramientas Business Intelligence para diseñar escenarios posibles, la cadena de distribución y muchas más. (Project Management en Supply Chain, 2017). Adicionalmente, se tiene presente

Si el oponente me ofrece un juego aficionado, no me opongo a ello, solo que en este caso me brinda menos satisfacción, incluso si gano, que de un juego realizado de acuerdo a las reglas de la estrategia con su lógica implacable.

Antatoly Karpov.

dentro de la planeación las diferentes situaciones en las que se debe implementar, es decir, en casi todas las situaciones de la vida personal y laboral.

El gobierno es un proyecto que debe ser estudiado, se debe analizar y por lo tanto necesita de capacidad de planeación por parte del dirigente que esté al mando, no hay un modelo exacto que especifique todo lo que debe hacer un mandatario y qué decisiones debe tomar para las respectivas situaciones que se puedan presentar. Las crisis son momentos que todos los dirigentes deben enfrentar, en algunos gobiernos es más grave que en otros; sin embargo, la capacidad de planeación se debe implementar de la mejor manera porque ya no solo se afecta una persona o un pequeño grupo de personas, sino todo un país, es por esto que, la responsabilidad que el mandatario tiene es muy grande y dentro de la planeación debe asegurar el bienestar común; no obstante, en el Gobierno existe mucha divergencia y es por esto que se generan conflictos entre los mandatarios y los ciudadanos porque en muchas ocasiones las decisiones que se toman no son aceptadas por todo el público. (Matus, 1987).

Actualmente, se puede evidenciar un claro ejemplo de una situación de crisis de carácter mundial que afecta a casi todos los países del mundo y pone a prueba la capacidad de planeación de todos los presidentes, porque de acuerdo con las decisiones que tomen con este tema, los ciudadanos se verán impactados. El COVID-19 ha llegado a afectar cientos de economías en el mundo, ha estancado muchas industrias y se ha vuelto un problema para los presidentes porque las decisiones que se toman no garantizan completamente el bienestar de todos y esto se debe a que es una situación complicada que no se tenía prevista. Los presidentes han tomado decisiones de cerrar fronteras, de detener la economía, de exigir cuarentena obligatoria para las personas y para llegar a estas decisiones se realizan estudios, se pone a prueba la capacidad de planeación de todos ellos. (Barría, 2020). En algunos países el virus está más avanzado que en otros, esto se debe a que las medidas tomadas por el gobierno de cada país no fueron suficientes, ahí también se demuestra la capacidad que cada mandatario tiene para controlar y manejar una situación de crisis, para proponer soluciones y para planear alternativas. Gracias a esta crisis se evidencia el tipo de liderazgo de cada presidente y se observa también el manejo que tiene del país. Por ejemplo, en América Latina se desataron varios conflictos debido a la falta de compromiso por parte de algunos presidentes para con los habitantes y por eso es por lo que el virus se desarrolla cada vez más y se hace más fuerte en esos lugares. (Malamud C y Núñez R, 2020).

Jornadas pasadas buscan-
do tesoros me han ense-
ñado que una estrategia
de zig zag es la mejor
manera de salir adelante.

Tahit Shah.

Método

El presente artículo es cualitativo, con enfoque interpretativo, se desarrolla a partir de estudios del contexto natural del fenómeno y recolecta información de cada uno de los países de acuerdo con su situación particular a través de las siguientes fuentes:

- **Estados Unidos:** Reportes oficiales COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU).
- **Alemania:** Información Oficial del Instituto Robert Koch.
- **Brasil:** Información reportada por el Ministerio de Salud.
- **Reino Unido:** Compilado de la información validada por NHS England and NHS Improvement, Health Protection Scotland, Public Health Wales and the Public Health Agency (Northern Ireland), as reported daily by Public Health England.
- **España:** Información reportada por el Ministerio de Salud (MISAN).
- **Colombia:** Información reportada por el Instituto Nacional de Salud.

Mediante una guía de revisión documental, se realizó el análisis de contenidos de prensa y noticias sobre el estilo de liderazgo y desempeño de los dirigentes de los países ya mencionados, contrastando esto con los resultados sanitarios del entorno que dirigen, mediante la utilización de las estadísticas de evolución de casos de Covid-19, casos reportados y fallecidos.

"Aquel que nunca aprendió a obedecer no puede ser un buen comandante".

Aristóteles, filósofo griego.

Resultados

Pedro Sánchez - presidente del Gobierno Español (Madrid, 1972). Elegido presidente del Gobierno español para el periodo 2018 - 2022, realizó estudios de Doctorado en Economía y se desempeñó como Secretario General del partido Socialista Obrero Español (PESOE), por el cual fue elegido diputado al Congreso por la circunscripción de Madrid y concejal en el Ayuntamiento de Madrid.

Tabla 1. Características del liderazgo de Pedro Sánchez

Comunicación	Planeación	Inteligencia Emocional
<p>Como lo manifiesta Bernad, (2020) en su blog Hablando en Público, el presidente Sánchez manifiesta en repetidas ocasiones su falta de autenticidad, no logrando que lo vea su pueblo como un líder. "El estilo de Sánchez frente a una audiencia siempre tiene un toque postizo, con sus sonrisas de un solo lado, y con sus andares hacia el atril mirando al suelo como si fuera el humilde premiado que no se merece la admiración del público. En sus apariciones de estos días, su estilo hace aparente la descoordinación entre lo que pretende transmitir y lo que transmite. El líder en las crisis tiene que comunicar, ante todo, confianza. Su lenguaje no verbal comunica indefensión y falta de seguridad en lo que dice."</p>	<p>Pedro Sánchez en su alocución ante el congreso de diputados, el pasado 9 de abril de 2020, ha explicado que la vuelta a la normalidad será escalonada y llevará consigo medidas de higiene individual y colectiva, con medidas para la detección personas infectadas e iniciativas tecnológicas de control y seguimiento de la pandemia de coronavirus. Que está trabajando juntamente con epidemiólogos para evitar que la fase de desescalada de la epidemia de coronavirus covid-19 en España pueda ser óptima. No manifestando mayores planes de acción o planes que sean concretos y aplicables en el corto plazo.</p>	<p>Pedro Sánchez ha demostrado varias veces que no sabe manejar situaciones ni emociones, ya que en entrevistas se le ve jugando de manera nerviosa con los documentos, que lee. "Lo último que se debe hacer en un discurso motivador que busca tranquilizar a la audiencia es leer. Si lees, es que no te lo sabes. Si no te lo sabes, es que no es suficientemente importante" Bernard, J (2020) Esta actitud, ocasiona que el público tenga dudas y no genere la confianza de un líder.</p>

Angela Merkel - Canciller de la República Federal de Alemania. (Hamburgo, 1954). Cursó estudios de física en la Universidad de Leipzig y se doctoró en 1986; ha sido investigadora en la Academia de Ciencias de la RDA. Primera mujer en asumir la jefatura del gobierno.

Tabla 2. Características del liderazgo de Angela Merkel

Comunicación	Planeación	Inteligencia Emocional
<p>La Canciller de Alemania tiene un muy buen manejo de comunicación "Los medios la consideran una de las líderes más fuertes del mundo", dice a DW Amichai Stein, Merkel es considerada como "la líder que sabe explicar la situación a la gente con claridad". soportando su criterio con la rigurosidad científica de su formación educativa</p>	<p>No todo son buenos resultados para Angela Merkel, en cuanto al manejo de la crisis, debido a el confinamiento obligatorio, se ha generado una serie de críticas con respecto a la flexibilización que requiere el país, ya que las medidas tomadas han sido demasiado drásticas La canciller propuso un desconfinamiento progresivo, después de más de 45 días de inmovilidad casi total, que llevan a una preocupación en el aspecto económico</p>	<p>La clave del éxito, según Ángela Merkel es el análisis, es "su inteligencia emocional", su capacidad de "ponerse en los zapatos de cada uno de los protagonistas en un complejo juego de ajedrez multilateral". Esta es una característica que la resalta como líder</p>

Jair Bolsonaro - presidente de Brasil. Formación militar en donde llegó al grado de capitán. Políticamente se le clasifica como populista de derecha, con ideas conservadoras y nacionalistas. Ha creado gran polémica por su tendencia al autoritarismo y radicalidad, con inclinaciones racistas.

Tabla 3. Características del liderazgo de Jair Bolsonaro

Comunicación	Planeación	Inteligencia Emocional
<p>El estilo de comunicación del presidente Bolsonaro se ha caracterizado por su tono desafiante y agresivo, tratando de minimizar la crisis y argumentando que las medidas tomadas por cada uno de los gobernantes federales han sido extremistas. “El jefe de Estado también incentiva a los brasileños a volver a sus trabajos en contra de las medidas adoptadas por la mayoría de los gobernadores, incluido el de São Paulo, y alcaldes del país, que han impuesto, con mayor o menor alcance, cuarentenas para contener el número de casos.” (Infobae. 2020). “Cada vez que el presidente tiene la oportunidad de dar su opinión o explicaciones frente a los medios de comunicación, demuestra el poco interés que tiene acerca de tomar medidas preventivas acerca de la crisis sanitaria de Brasil, demostrando más su preocupación por la economía del país que por las muertes causadas por el coronavirus”. (Infobae.2020)</p>	<p>Desde el comienzo de la crisis, el presidente, se ha negado a desarrollar planes de acción, lo que ha llevado a que las acciones tomadas sean motivadas por los mandatarios locales de cada uno de los estados federados y así mismo criticados por Él. “El presidente responsabilizó a los mandatarios de los estados y a los alcaldes del país. “Pregunten al señor Joao Doria (gobernador de San Pablo), al señor (Bruno) Covas (alcalde de San Pablo) por qué han tomado medidas tan restrictivas y continúa muriendo gente (El Tiempo, 2020). “Respecto a la capacidad de planeación del presidente de Brasil, se podría decir que es casi nulo, ya que al no tener en cuenta la gravedad del problema es muy difícil llegar a crear estrategias contra la crisis sanitaria, respecto a esto la mayoría de alcaldes y gobernadores de los diferentes estados de Brasil han tomado medidas autónomas como lo es la cuarentena, lo cual ha provocado más de un desacuerdo entre el presidente y estos gobernantes”. (El Tiempo. 2020).</p>	<p>El presidente de Brasil desde el comienzo de la crisis sanitaria ha dejado clara su postura ante la situación, dando a entender que no hay nada que se pueda hacer que al final el 70% de la población será afectada, esto produce que los habitantes del país sientan inseguridad al saber que su gobernante principal no tiene en cuenta la magnitud del problema y lo que este podría llegar a afectar el país. (El Tiempo, 2020) “El presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, volvió a menospreciar la crisis sanitaria que vive su país por el coronavirus. Hasta este martes en la noche, la enfermedad causó la muerte de 5.017 personas, y en respuesta a la aceleración de los contagios el mandatario respondió: “Lo lamento, pero ¿qué quieren que haga?” (El Tiempo, 2020)</p>

Iván Duque Márquez - presidente de Colombia. (Bogotá, 1.976). Abogado con maestría en derecho y otra en administración pública. Desarrolló su carrera en cargos públicos en el ministerio de Hacienda y a nivel internacional en el Banco Interamericano de desarrollo BID.

Tabla 4. Características del liderazgo de Iván Duque

Comunicación	Planeación	Inteligencia Emocional
<p>“El presidente de Colombia se vuelca a un programa diario para gestionar la emergencia y superar una crisis de popularidad” (EL País. 2020). El presidente de Colombia al final del día llega a todos los hogares colombianos a través de un programa llamado “prevención y acción”, en este espacio televisivo el presidente aprovecha para leer estadísticas sobre el coronavirus, realizar anuncios y responder diferentes preguntas hechas por los ciudadanos. Pero de igual manera cuenta con un equipo de expertos, dirigentes gremiales o miembros del gabinete, para aclarar dudas desde un punto más profesional. (El País, 2020)</p>	<p>“El jefe de Estado afirmó que las medidas que ha venido adoptando su gobierno son positivas ante la pandemia, pero recalcó que “no hay que cantar victoria.” (Semana. 2020). En el transcurso de esta crisis sanitaria el gobierno colombiano ha venido implementando nuevas estrategias para disminuir la curva de contagios, una de las principales estrategias fue el aislamiento nacional obligatorio, de igual manera afirman que los implementos e instalaciones para la atención de los infectados están listas. (Semana, 2020).</p>	<p>“El presidente presenta una desaprobación del 39 %, lejos del 71 % que marcaba en febrero pasado, según Invamer Gallup. En materia de mandatarios locales, Claudia López en Bogotá es la mejor calificada con una aprobación del 89 %.” (El Espectador. 2020). El presidente duque desde el comienzo de la crisis sanitaria dio una imagen de preocupación e indecisión a la hora de tomar decisiones de suma importancia para el país, en cambio la alcaldesa Claudia López se destacó por tomar el control sobre la situación tomando y sugiriendo diferentes estrategias, aunque con el transcurso de las semanas, el presidente duque ha mostrado una imagen de seguridad y control. (El Espectador, 2020)</p>

Donald Trump - presidente de Estados Unidos de América. (Nueva York, 1946) Electo por el partido Republicano para el periodo presidencial 2017-2021. Se graduó en economía y antropología de la escuela de Negocios Wharton de la Universidad de Pensilvania.

Tabla 5. Características del liderazgo de Donald Trump

Comunicación	Planeación	Inteligencia Emocional
<p>“Al ser el presidente de esta superpotencia, tiene una capacidad de expresión importante que se refleja en sus entrevistas y declaraciones, a pesar de que muchas de estas ideas están alejadas de lo que debería ser el centro de atención en estos momentos de pandemia, logra llamar la atención de todas las personas que lo escuchan, se comunica fácilmente y expresa sus opiniones con seguridad, aunque últimamente sus declaraciones han dado mucho de qué hablar” (Semana, 2020)</p>	<p>“Donald Trump se ha caracterizado en estos tiempos del coronavirus por defender su ideología capitalista en la que su principal objetivo es reactivar la economía lo más rápido posible, él ha discutido en varias ocasiones con los gobernadores de cada Estado porque ellos sí han implementado medidas más fuertes en cuanto al cuidado y confinamiento. Trump no ha estado en la capacidad de implementar un plan que ayude a los estadounidenses en esta temporada para que conserven sus empleos y al mismo tiempo puedan cuidarse de esta pandemia; sumado a esto su capacidad para planear parece ser independiente ya que no toma muy en cuenta las opiniones de los demás gobernantes en el país”. (Semana, 2020). Cabe aclarar que Estados Unidos es el país donde más casos de infectados hay, superando el millón de personas contagiadas; también hace falta planeación en las medidas que toma para reactivar la economía, puesto que le falta tener en cuenta aspectos que garanticen y controlen el bienestar y la salud de las personas</p>	<p>Trump se caracteriza por el carácter fuerte que tiene al expresarse, lo que termina siendo agresivo cuando está en pública hablando sobre algún tema. En esta situación de crisis puede que sus palabras generan seguridad, pero no tranquilidad, pues en lugar de controlar y calmar la situación lo que está logrando es alarmar a las personas y evitando que se cuiden de este virus. Sumado a esto algunas declaraciones que da, resultan ser más preocupantes que la pandemia, diciendo que, si se inyectan desinfectante, se combate el coronavirus</p>

Boris Johnson - Primer Ministro del Reino Unido. (Nueva York, 1.964). Periodista, graduado en Estudios Clásicos por la Universidad de Oxford. Se desempeñó, como Ministro de Relaciones Exteriores y alcalde de la ciudad de Londres. Su principal argumento en la elección fue la defensa del Brexit, demostrando su tendencia conservadora y nacionalista.

Tabla 6. Características del liderazgo de Boris Johnson

Comunicación	Planeación	Inteligencia Emocional
<p>Con el primer ministro del Reino Unido ocurre algo interesante y es que puede llegar a pasar desapercibido en la prensa cuando la reina está presente, la monarquía se lleva el protagonismo en las declaraciones y las personas les genera más confianza que la información salga de la familia real, además, recientemente se le ha visto con un comportamiento de indiferencia (BBC, 2020), lo que genera desconfianza para los ciudadanos.</p>	<p>Boris Johnson ha implementado las medidas sanitarias correspondientes luego de que la situación se saliera de las manos de alguna manera, inicialmente su capacidad de planeación quedó estancada debido a que no tomó las medidas necesarias para controlar el nivel de propagación del virus y es por esto que ya van más de 150,000 personas infectadas, convirtiéndolo en el quinto país con más número de casos; de acuerdo a esto se puede decir que se quedó corto en planeación porque no fue sino hasta que ya la situación estaba complicada que empezó a implementar las medidas de confinamiento y a diseñar estrategias para los habitantes y que ellos pudieran continuar con sus actividades laborales y educativas desde sus casas por medio de la modalidad virtual. Para ese entonces parecía estar comprometido y decidido a lidiar con el virus. (EFE, 2020)</p>	<p>Por el otro lado, Boris Johnson ha dejado una imagen no muy buena al momento de enfrentar el coronavirus, es importante mencionar que él fue uno de los contagiados por el COVID-19 y a pesar de eso se ha comportado de forma indiferente al no asistir a ninguna de las reuniones de Cobra que se llevan a cabo en momentos de crisis y se especula que no se está tomando la pandemia con seriedad. (BBC, 2020)</p>

Evolución de la pandemia, en cada uno de los países analizados, diferenciando los casos reportados y fallecidos durante el periodo marzo - mayo 2020.

Figura 1. Población contagiada por Covid 19

Fuente: Elaboración propia con base en información reportada por COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU) (2020).

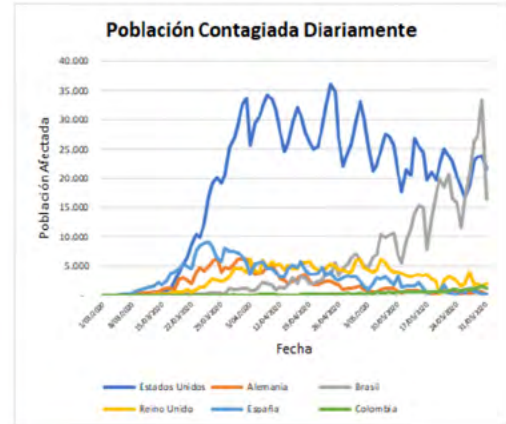


Figura 2. Población Contagiada por Covid 19 sin Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia con base en información reportada por COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU) (2020).

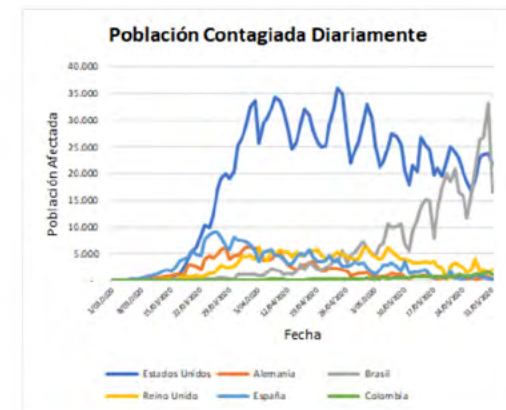
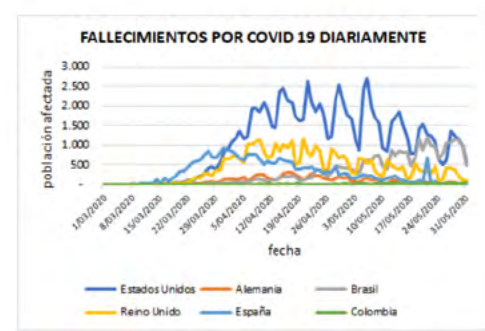


Figura 3. Fallecidos por Covid 19

Fuente: Elaboración propia con base en información reportada por COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU) (2020).



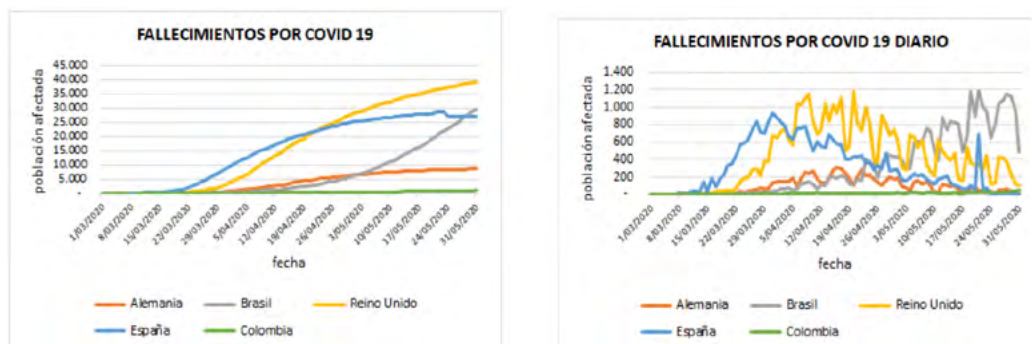


Figura 4. Fallecidos por el Covid 19. Sin Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia con base en información reportada por COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU) (2020).

España

España es el quinto país del mundo con más casos de Covid-19 detectados, detrás de Estados Unidos, Brasil, Rusia y Reino Unido. El 31 de enero de 2020 se confirmó el primer caso positivo en suelo español, pero fue a partir de marzo cuando los diagnósticos empezaron a aumentar de forma exponencial.

La estabilización de los casos confirmados llevó al Gobierno español a presentar un plan por fases para la salida del confinamiento del 29 de abril, cuya distensión se comenzó a aplicar en media España el 11 de mayo. Desde el lunes 8 de junio, el 52% de los ciudadanos en España se encuentran en fase 2, mientras que el resto ya ha pasado a fase 3. un factor positivo es que la variación de crecimiento de los casos diagnosticados día a día ha disminuido en un crecimiento diario de un 42% a un 0,1% actual, aunque los datos ofrecidos por Sanidad fueron rectificadas a la baja al llevar a cabo una nueva manera de validar las cifras de las regiones. España, uno de los países más golpeados por el coronavirus con casi 240.000 casos confirmados, logró reducir en gran medida los contagios y lleva adelante un proceso gradual de desconfinamiento de su población, que espera haber culminado el 1 de julio.

Pedro Sánchez pretende ser el líder de un tiempo perdido, gracias a él mismo, y no se da cuenta de que, lo único que provoca es indignación y desconfianza. Cuando aparece en televisión, en una de sus intervenciones a la nación en este estado de alarma, y le cuenta a la gente, como novedad, que ha aprendido que este coronavirus no es como una gripe normal, que se contagia a más velocidad, la ciudadanía en vez de tranquilizarse se asusta, porque lo que contempla ante sus ojos es a un líder desfasado. Cabe resaltar que gracias a estos incidentes el presidente Pedro Sánchez en cuanto al tema de comunicación frente a los ciudadanos, ha demostrado que le falta naturalidad, sobre todo si son sesiones informativas en directo, es demasiado plano y rígido a la hora de dar información, sin embargo se destaca la capacidad de resistencia que tiene en las peores situaciones, de igual forma la capacidad

La base de nuestra
 estrategia de asociación
 y nuestro enfoque:
 construimos la
 tecnología social. Ellos
 ponen la música.

Mark Zuckerberg.

que tiene para cambiar de opinión y adaptar sus políticas a la realidad, son cualidades criticadas por sus adversarios, pero que pueden ser de gran ayuda en este momento de incertidumbre.

Alemania

La pandemia por el Covid-19 en Alemania tienen actualmente 184.132 casos confirmados, 167.000 recuperados y 8.699 muertes. A finales de enero cuando ya había casos sospechosos en todo el mundo, el Comité de Salud se reunió en el Bundestag Alemán, en Berlín. El nuevo coronavirus solo se trató como tema 5b de la agenda, al final de la sesión. El jefe del Instituto Robert Koch, Lothar Wieler, se quejó de la “mala política de información de China”. Todavía no estaba claro cómo se transmite el virus. Hasta el momento, Alemania ha pasado por la crisis relativamente bien, en comparación con el panorama internacional. Pero también está claro que pasaron 78 días entre el primer informe del sistema de alerta temprana ProMED, hasta que se tomaron medidas realmente decisivas, dice el informe de los medios. En Alemania, políticos tardaron demasiado antes de tomar decisiones iniciales para combatir el nuevo coronavirus. Tal conclusión surge de documentos analizados por dos medios periodísticos del país. (Deutsche Welle, 2020).

Alemania se alista para reabrir todas las tiendas en la nueva fase de levantamiento de restricciones, la canciller Angela Merkel da por detenida la propagación del nuevo coronavirus y eso supone también que la Bundesliga, la liga de fútbol profesional, haya recibido luz verde para reanudar el campeonato, mientras que las escuelas reabrirán gradualmente en el período de verano. Los 16 estados federados de Alemania, bajo un acuerdo con el gobierno, tomarán el control de las reaperturas. Tendrán a su disposición un “freno de emergencia” si hay un nuevo aumento en los contagios, las reglas generales de distanciamiento físico entre personas continuarán por otro mes, aunque ya han comenzado a aligerarse. Alemania, al igual que otros países, teme por un segundo aumento de infecciones. Si los contagios sobrepasan la tasa de 50 personas por cada 100.000 habitantes en un distrito durante un período de siete días, entonces dependerá de la autoridad local en el área afectada reinstaurar las restricciones. (BBC, 2020)

Alemania ha sido uno de los países que mejor ha controlado la pandemia del coronavirus. Pese a tener cercanía geográfica con Italia y España, que son los que más han sentido la dureza de la enfermedad, este país ha logrado contener la enfermedad y ya ha empezado a levantar varias restricciones.

Detrás de este éxito estaría un virólogo que se anticipó a sus colegas y desde enero comenzó a manejar protocolos frente a la covid-19. Se trata de Christian Drosten, director del Instituto de Virología del Hospital Charité de Berlín. En este instituto se creó la prueba que actualmente Colombia está

utilizando para diagnosticar el virus y que es la más recomendada por la OPS para detectar si un paciente contrajo la enfermedad.

Gracias a su rápida y acertada reacción, actualmente Drosten es una de las personas más influyentes de Alemania, por lo que el Gobierno federal y los alemanes siguen atentamente sus instrucciones. Incluso la canciller Angela Merkel aceptó sus recomendaciones y se ha mostrado muy satisfecha con su desempeño durante la crisis. “Estamos encantados de contar con alguien así”, manifestó el portavoz del Gobierno. (Semana, 2020)

Sin duda Alemania ha sabido llevar la gravedad del virus de una manera responsable y sensata permitiendo así la reapertura de la economía, sus ciudadanos son conscientes de que, si ellos se cuidan, cuidan a los demás y con este ejemplo han de saber balancear las estadísticas.

Podemos resaltar de Angela Merkel su forma en cómo ha llevado la crisis por el Covid- 19 ya que ella es una persona tranquila y ha tomado esto con calma, la forma en cómo ella ha llevado las cosas ha inspirado a los alemanes a cambiar su estilo de vida esto con el fin de tener resultados notorios en contra de la pandemia.

Brasil

Brasil es actualmente el segundo país que registra mayor número de contagios de Covid-19 (555.383), solo por detrás de Estados Unidos, y el cuarto en fallecidos (31.199) según el último balance del Ministerio de Salud. Con el comienzo de la expansión de la pandemia hacia América Latina y ya presentándose varios casos dentro del país brasileño, se adoptaron medidas preventivas igual que en el resto de los países como el aislamiento social. (El Tiempo, 2020).

Algunas de las acciones que han generado grandes repercusiones, especialmente negativas, las cuales se pueden considerar como causas del agravamiento de la situación y que del número de contagiados se haya aumentado considerablemente durante los últimos meses son, principalmente, el cumplimiento irregular del aislamiento social, esto es a causa de cómo la epidemia llegó de una forma lenta y retrasada a Brasil, y antes las medidas adoptadas por el gobierno como prevención, a medida que transcurría El Tiempo y no se registraban mayor número de casos, la población tomó a la ligera tales medidas y no las acató correctamente, lo que generó, que al momento en el cual el virus empezó a extenderse con más fuerza en el país, ya fue muy tarde, por lo cual el volumen de infectados ya era mucho mayor. (BBC, 2020).

Ante el incremento de infección del virus, en algunas ciudades específicas como São Paulo, Río de Janeiro y Ceará, por parte de los gobernantes locales se estableció el aislamiento social. Y así se puede determinar que

Ellos no están funcionando de forma sincronizada. Trabajar sobre la misma cosa al mismo tiempo no es tan eficaz como hacerlo juntos, al tiempo y con la misma estrategia.

Reggie Joinner.

Esta es la clave para la gestión del tiempo; ver el valor de cada momento.

Menachem Mendel Schneerson.

la indiferencia e imprudencia por parte de la población junto con la falta de mayor control de las autoridades, son algunos de los principales factores que ocasionaron que, al momento, Brasil sea uno de los mayores países afectados por la epidemia.

Otra de las acciones inapropiadas es la confusa actitud del presidente, pues Jair Bolsonaro no ha cumplido al margen las medidas del distanciamiento social, participando y aun generando aglomeraciones en la capital del país. Un ejemplo de esto es cuando el 29 de marzo, cuando por parte de algunos gobernadores se dio la recomendación de no salir a la calle, Bolsonaro dio un paseo por varias partes de Brasilia. Así también, el presidente ha sido notado negativamente por ciertas declaraciones que minimizan la pandemia, el 24 de marzo llamó al Covid-19 "gripezinha" (una gripecita) en televisión nacional. (BBC, 2020).

Ante lo mencionado anteriormente, se puede identificar que Bolsonaro no contribuye al seguimiento de toda la normativa, lo cual evidencia una total falta de prudencia, compromiso y preocupación por el país ya que, siendo el presidente y líder de la nación, una persona de gran influencia en el país, es quien debe dar el primer ejemplo, en donde todo aquello que estipula como norma, sea el primero que lo cumpla, es decir, que sea coherente en sus palabras y acciones, para que así genere una imagen confiable, comprometida, responsable ante la población y aún más en la crisis por la cual se está atravesando.

A este hecho, se le puede añadir que se han presentado dificultades en la comunicación entre Bolsonaro y demás gobernadores y alcaldes del país, pues el presidente ha tomado una inadecuada postura frente a las recomendaciones de la OMS para prevenir la epidemia, lo cual ha conllevado a disputas entre las autoridades de todo el territorio nacional. Al presentarse este tipo de discordias, se dificulta la guía clara y ordenada para el país y cada región, causando incertidumbre e inseguridad dentro de la misma. (BBC, 2020).

Un dato de gran importancia es uno de los recientes avances en respuesta al desarrollo de la vacuna en contra del Covid-19 que se ha desarrollado por la Universidad de Oxford. Según la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria de Brasil se aprobó la prueba de esta en un grupo de 2.000 personas brasileñas y empezarán los test en Sao Paulo. Eso indica que Brasil se convertirá así en el primer país en iniciar las pruebas en humanos fuera del Reino Unido; en un comunicado la doctora, Lily Yin Weckx, investigadora principal del estudio enunció que lo más importante es realizar esa etapa de estudio ahora, cuando la curva epidemiológica todavía es ascendente y los resultados pueden ser todavía más asertivos. (El Tiempo, 2020).

Colombia

En Colombia se consideraron cifras hasta finales del mes de mayo, hay un crecimiento sostenido, las personas contagiadas confirmadas ascienden a 33.354 por otra parte, personas recuperadas del COVID-19 con cifras aproximadas de 12.288 y muertes causadas por el virus con un número de 1.045 personas aproximadamente. La ciudad más afectada por el virus es la capital de Colombia, Bogotá; donde las cifras registradas son de 11.250.

El presidente Iván Duque, frente a su papel de líder al principio de la pandemia, no se vio muy favorecido, pero ya después empezó a tomar postura y control sobre el asunto, destacan dos características principales de un líder, una emocional, la cual es su conciencia social, al momento de tener al tanto a la gran mayoría de los habitantes del país a cerca de la crisis haciendo que se tomaran medidas necesarias en conjunto, por otro lado, la característica comunicativa, de enviar mensajes consistentes, al momento en que el presidente transmite el mensaje no solo lo hace de manera verbal sino también visual tomando como herramientas gráficas, estadísticas entre otras, en este sentido el presidente es constante con estos mensajes y transmisión de la información, que se lleva a cabo por un programa diario llamado "Prevención de Acción" que es transmitido a todos los hogares colombianos cada noche, con el fin de gestionar la emergencia sanitaria y superarla poco a poco, el presidente opta por un rol de liderazgo comunicativo importante ya que tiene que saber cuál es la mejor manera de dar a conocer cierta información y que los habitantes del país lo tomen lo mejor posible y logrando finalmente así implementar de manera correcta las medidas y estrategias propuestas por este mismos, sin entrar en caos o descontrol.

Como bien ya se sabe, la pandemia ha afectado fuertemente las economías de los diferentes países, trayendo consigo mismo consecuencias negativas internas Colombia no es la excepción, el país se ha visto en crisis, y el gobierno ha tenido la obligación de tomar medidas para mantener estable la economía, recientemente dentro de esas medidas se encuentran las siguientes:

- Giro solidario a trabajadores que se les ha cancelado el contrato laboral a partir de la pandemia, será entregado durante 3 meses con un valor de \$160.000.00, este beneficio será consolidado a más de 600.000 trabajadores, ayudando a estas personas con un apoyo económico mientras es renovado nuevamente su contrato laboral.
- Regreso a clases para abastecer la educación primordial para los niños y jóvenes del país, el presidente junto a la ministra de educación María Victoria Angulo y el director del Dapre, estableció que las clases virtuales se seguirán tomando hasta el 31 de julio, tanto para las instituciones públicas como privadas, y a partir de agosto se op-

La creatividad sin estrategia es llamada arte; la creatividad con estrategia se suele llamar publicidad.

Jef Richards.

Deje siempre una salida,
a menos que usted quiera
saber realmente lo duro
que un hombre es capaz
de luchar cuando no tiene
nada que perder.

Robert Jordan.

tará por un progreso de flexibilización y será un regreso gradual, lo que significa que no todas las institución retomaran sus actividades el primero de agosto si no se hará de forma gradual consecuentemente, “Seguimos en trabajo en casa, muy acordes con el Ministerio de Salud, y a partir del 1 de agosto habrá un modelo de alternancia: es combinar temas de presencialidad y temas de virtualidad, con todos los protocolos”, dijo Angulo.

- Subsidio para compra de vivienda, el ministro de vivienda Jonathan Malagón establece un subsidio para compra de vivienda nueva otorgado a 200.000 personas, con la finalidad de reactivar el empleo y la economía, garantizando viviendas de calidad y evitando así mismo el fraude, estos subsidios son enfocados únicamente para viviendas nuevas. “Nuestro deseo es que los 200.000 subsidios que hacen parte del programa de min vivienda se materialicen con tasa fija, cuotas cómodas y obviamente con el subsidio del Estado a un costo más cómodo, para que los colombianos se conviertan en propietarios de vivienda”, dijo el presidente Duque sobre este programa. (El Tiempo, 2020a).

Frente a la crisis presentada el presidente se vio en la obligación de cambiar su estilo de liderazgo, ya que al inicio y en el transcurso de su mandato, el presidente realmente no era un líder muy comunicativo, sino al contrario era reservado; en la pandemia al principio esto le afecto mucho ya que como líder no mostraba una seguridad y control frente a la situación, como consecuencia los habitantes del país no tomaran las medidas necesarias de sanidad, poco a poco para ver resultados positivos, el presidente optó por tomar un rol de liderazgo fuerte, como se mencionó anteriormente se fue convirtiendo en un líder comunicativo, en la parte del envío de mensajes constantes, y en la parte de un líder emocional, en saber mantener la calma y llevar la situación de manera adecuada, como lo fue la conciencia social y la empatía, haciendo que los resultados sean vistos de forma positiva frente a la crisis del COVID-19.

Estados Unidos

Estados Unidos en la actualidad es uno de los países que más ha sufrido por la pandemia del coronavirus llevando más de 1.980.000 casos confirmados de coronavirus, 528.000 personas recuperadas y 112.000 muertes; siendo Nueva York la ciudad más afectada con 378.000 casos confirmados, 67.261 personas recuperadas y 24.259 muertes. La mayoría de los casos en Estados Unidos se han presentado en personas entre los 18-44.

Debido a la pandemia del coronavirus se espera que la mayoría de los países se debiliten tanto económica, social y políticamente, pero en el caso de Estados Unidos se ha podido evidenciar que están evitando una crisis económica. De cualquier manera, esto lo demuestran los últimos resultados del

desempleo, donde se esperaba que después de estar tres meses en confinamiento el desempleo aumentará de manera significativa, pero al contrario disminuyó. “se informó que el mercado laboral estadounidense registró un repunte y el porcentaje de desempleados en lugar de aumentar cayó de 14,7% en abril hasta el 13,3% en mayo.” (BBC, 2020). Estas sorprendidas cifras tienen una razón y es que debido a que se crearon más de 2,5 millones de nuevos empleos para afrontar la futura crisis.

En los últimos días Estados Unidos se ha venido enfrentando a diferentes eventualidades, las cuales han generado disturbios en la mayoría de las ciudades del país; aparte de los desórdenes y destrozos (por temas raciales). Se habla de cómo estas protestas y las aglomeraciones de personas podrían generar un nuevo brote de coronavirus en el país incrementando el caos, trayendo más problemas económicos, sociales y políticos.

De acuerdo con varios medios de comunicación, el presidente Donald Trump ha manejado esta crisis de manera controversial, ya que además de no enfocarse en la situación sanitaria del país se ha enfocado más en cómo mantener estable la economía del país.

Antes de que se originara la crisis por la pandemia mundial, el presidente Donald Trump estaba preparando todo para una reelección, pero esto tuvo que ser aplazado debido a la actual crisis sanitaria, las protestas alrededor del país y la recesión económica.

Diferentes fuentes de información afirman que el presidente Donald Trump ha aprovechado esta crisis sanitaria para mejorar su imagen y así tener ventaja sobre sus adversarios. “Se va a colgar la medalla de haber salvado vidas debido al confinamiento” (Naeem Aslam).

Reino Unido

De acuerdo con las gráficas anteriores se puede observar que en el Reino Unido, el coronavirus se ha desarrollado de tal forma que ha afectado la economía, la salud de las personas y muchos otros factores que no solo afectan ahí, sino que en todo el mundo se puede observar. En los inicios de la pandemia, aproximadamente para el 5 de marzo los casos de infectados eran 29 personas, conforme pasó El Tiempo y la falta de medidas preventivas hizo que el virus se expandiera hasta llegar a 6,199 casos en un día y durante todo el mes de abril y de mayo los casos diarios registrados eran altos, entre 3,500 y 6,000 casos.

Actualmente hay más de 275,000 casos de contagio en el Reino Unido, sin embargo, gracias a las medidas que se tomaron y a pesar de que se realizaron más tarde de lo esperado, los casos diarios han disminuido hasta llegar a los 1,936 casos por día, este último dato fue del 31 de mayo de 2020, lo que significa que se ha logrado controlar y manejar este virus mucho mejor que

El liderazgo efectivo es
poner primero lo primero.
La gestión eficaz es la
disciplina llevada a cabo.

Stephen Covey.

El verdadero meollo de la estrategia es el estratega.

Max McKeown.

como se hacía al principio. Es claro que aún queda mucho camino por recorrer, pero las medidas que se están aplicando, tienen un efecto positivo en la población y por eso es que la disminución de contagios es bastante.

No obstante, es importante recalcar que no hay estadísticas sobre el número de recuperados en el Reino Unido, es decir que no hay recuperados allá, (TeleSur, 2020) lo que podría significar que aún no manejan tratamientos adecuados para la recuperación de las personas infectadas; también puede significar muchas otras cosas con respecto al manejo que se le está dando al virus allá, lo importante es mencionar que los casos de contagio disminuye y el esfuerzo realizado se ve representado en las estadísticas.

Con respecto a los datos mencionados anteriormente se observa como la capacidad de planeación de Boris Johnson se vio debilitada al momento de implementar medidas de protección para los habitantes lo que ocasionó altos números de contagio diarios; sin embargo, su liderazgo se destaca por su habilidad de comunicación y de reflejar seguridad en este momento de crisis, cabe aclarar que al principio de la pandemia se le veía indiferente en ciertas situaciones que merecían mayor atención en el momento; debido a que los casos de contagio actuales son más bajos se puede observar que su inteligencia emocional es un punto fuerte en su gobierno porque se generó una mejora en la crisis sanitaria. (BBC, 2020)

Discusión

En la actualidad, cuando ya muchos países han reabierto sus centros productivos, esperando una reactivación económica y la generación de recursos para tratar de disminuir el déficit de sus estados, nos damos realmente cuenta, cuales han sido los resultados de las medidas tomadas en cada país. Los dirigentes con una mayor capacidad de liderazgo han logrado que su pueblo salga mejor librado de esta crisis, nunca experimentada, o por lo menos no, por las generaciones que actualmente manejan los destinos del mundo.

Alemania y Colombia han sido los países que mejor han sabido llevar esta crisis en comparación a Brasil, Reino Unido y Estados Unidos. Los resultados de Alemania son los más notorios de forma positiva ya que, gracias a su líder y a la población, no han dejado que el virus se convierta en foco de alarma. En Colombia se puede decir que la curva de crecimiento de contagio es lenta y que los recuperados son diarios. El país con peor desempeño es Brasil ya que lastimosamente tiene un presidente muy ignorante que afirma que el Covid-19 "es solo una gripita" dejando el país hoy en día como el nuevo epicentro de Latinoamérica.

Se puede considerar Alemania como el mejor líder comunicativo, a cargo de la canciller Angela Merkel, considerada una de las lideresas más fuertes del mundo, ya que el manejo de su comunicación es muy bueno, logra llegar

e influir en las personas de manera positiva y sencilla, como consecuencia siendo Alemania uno de los países que mejor ha llevado la crisis. Por otro lado, en tema de comunicación se encuentra el mandatario de España, Pedro Sánchez, siendo de los peores en este sector, ya que su nivel de comunicación es muy bajo, falta de autenticidad, no tiene confianza, falta de seguridad entre otras debilidades, generando incertidumbre en los habitantes de este país, debido a la ausencia de un buen liderazgo convierte a este país en uno de más contagiados de Covid-19 en el mundo. Viendo en retrospectiva, Boris Johnson al principio de la pandemia se le veía un poco indiferente frente al tema del coronavirus; sin embargo, a medida que el virus se expandía y las cosas se empezaron a salir de control el mandatario comenzó a pronunciarse con más seguridad y compromiso en cada una de las situaciones de crisis por las que pasaba el Reino Unido. (Rafa de Miguel, 2020). Además, gracias al apoyo de la monarquía, su capacidad de comunicación se vuelve más fuerte al momento de implementar medidas para el bienestar de todos.

Si hablamos sobre como Donald Trump maneja el tema de comunicaciones en el país, se puede decir que se encarga de mantener a los ciudadanos informados sobre la pandemia, pero no propone estrategias confiables o que hablen sobre cómo disminuir los contagios en el país; por el contrario, ha criticado fuertemente a los gobernantes locales que mediante un sistema de Gobierno federal tomaron medidas para evitar su propagación. Él mantiene su estrategia de atacar a sus contradictores, tratando de mantener una popularidad, basada en la división de opiniones, separando el país en ideologías entre bienestar económico o salud.

El caso colombiano, es de especial atención, teniendo como representante a un mandatario reacio a la comunicación, con muy poca visibilidad de medios durante el primer año de su mandato y que prefería que los niveles jerárquicos inferiores emitieran los comunicados, pasó a tratar de ser el centro de la información con su programa vespertino diario, que inicialmente ayudó a que subieran sus niveles de popularidad, los cuales estaban muy deteriorados, pero creando polémica con el manejo regional de la crisis.

Analizando la Inteligencia Emocional como una característica de liderazgo, la Canciller de Alemania, Angela Merkel, también se ha manifestado como una líder innata, ella siempre hace un análisis de sí misma, y se pone en los zapatos de los demás, pensando así, en las otras personas y no solo en el bienestar propio. Se destaca por brindar a sus habitantes tranquilidad y calma, considerándose un buen ejemplo de liderazgo y organización. En la orilla opuesta, se encuentra el mandatario de Brasil, Jair Bolsonaro, realmente en esta crisis ha tomado un papel desfavorable tanto para él como para el país. En cuanto a inteligencia emocional se refiere, sólo brinda inseguridades, menosprecia la situación, muestra un desinterés por las muertes, repitiendo que él no puede hacer nada y separándose cada vez más de la empatía de su pueblo.

La superioridad numérica
no tiene ninguna
importancia. En la batalla
la victoria será para el
mejor estratega.

Robert Lynn Asprin.

Nuestro conocimiento de las circunstancias se ha incrementado, pero nuestra incertidumbre, en lugar de haber disminuido, ha aumentado. La razón de esto es que no ganamos todas nuestras experiencias a la vez sino poco a poco.

Carl Philipp Gottlieb von Clausewitz.

Después de que el mandatario británico sufriera de coronavirus, su actitud frente al tema no tuvo un cambio drástico debido a que, en las ruedas de prensa y entrevistas, se notaba indiferente y poco preocupado por la situación, pero sí fue el detonante para aceptar y promover las medidas de contención del virus, a las cuales estaba totalmente reacio en un principio. Cabe resaltar que su imagen no fue buena desde que decidió no asistir a las reuniones, tomando una posición de autoinmunidad de la población. Boris Johnson no ha demostrado la inteligencia emocional suficiente para enfrentar la pandemia que ha afectado a miles de personas y que incluso él fue víctima. (Prince, 2020)

Desde que Donald Trump ganó las elecciones a la presidencia en el año 2016 se dio a conocer como una persona fría y poco flexible. Debido a esto, muchas personas no confían en cómo maneja diferentes problemas. Además, en los últimos meses se ha podido evidenciar como el presidente Trump ha intentado minimizar la gravedad del virus, se ha abocado por una pronta recuperación económica, que era lo que lo mantenía en la cabeza de las encuestas, tratando con esto de mantener la preferencia entre sus electores a miras de un proceso de reelección. Así mismo, ha tratado de evadir la importancia de los otros problemas que han surgido generando una mayor división entre la opinión pública y en ocasiones recurriendo a información no verídica o con falta de sustento científico para el manejo de la infección, generando a nivel mundial polémica por su actitud frente a los más necesitados. Nos podemos dar cuenta de la importancia de que un mandatario cuente con el carácter suficiente para manejar cualquier tipo de crisis, en el caso de Donald Trump se observa que no cuenta con el carácter necesario para afrontar uno de los momentos más importantes para Estados Unidos.

Es necesario resaltar la capacidad de planeación del dirigente colombiano, el cual a inicio de la crisis fue muy criticado por no tomar las medidas a la misma velocidad que lo hacían los gobernantes locales. En este caso la alcaldesa de la ciudad de Bogotá, Claudia López, quien tenía la responsabilidad de la protección de la mayor cantidad de habitantes en un centro urbano, que podría ser el detonante para una expansión masiva de la infección de condiciones incontroladas a nivel nacional, mediante una articulación de Gobierno Nacional y Local, consiguió que la tasa de contagios y muertes fuera controlada, en donde la mayor preocupación era la capacidad de atención en salud.

Las medidas orientadas a la disminución de la tasa de contagio y muertes representan una victoria para el Presidente Duque como líder, pero algunos creen que han sido tan restrictivas, que la afectación económica va a ser más lenta que en los otros países, extendiendo la brecha social del país. Por parte Alemania siempre fue muy estricta desde los inicios de la pandemia en las medidas de protección sanitarias, como lo fueron el desconfinamiento progresivo, por 45 días de desmovilización total, haciendo énfasis en la im-

portancia de la vida de las personas como prioridad y dejando en segundo plano la economía del país. En contraparte, los líderes que menos énfasis han hecho en el aspecto de planeación han sido los de Brasil y Estados Unidos. Jair Bolsonaro se ha mostrado despreocupado frente a la situación, no le da importancia, se ha negado a desarrollar planes de acción, no le da el nivel de gravedad a la situación y por lo tanto, no toma ninguna medida necesaria para la crisis. Donald Trump siempre se ha caracterizado por su posición fuerte de capitalista, buscando así, un beneficio económico y la reactivación de la economía sin pensar en la salud de las personas, la planeación se basa en su opinión independiente a la de los gobernadores.

En cuanto a la capacidad de planeación del mandatario británico, se puede observar un alto nivel de compromiso después de todo, esto se debe a que en los inicios de la pandemia no se tomaron las medidas necesarias y el virus se expandió a gran escala; al ver esta situación, la preocupación por parte del mandatario creció y de inmediato se implementaron medidas sanitarias y controles con el fin de disminuir la propagación del virus. (Rafa de Miguel, 2020) Esto quiere decir que su capacidad de planeación tuvo variaciones, desde niveles bajos hasta niveles altos, pero, al fin y al cabo, se logró controlar la situación y actualmente baja más la curva de contagios por día.

Las cifras correspondientes a los resultados estadísticos reafirman la necesidad de liderazgo de los mandatarios de cada una de las naciones y cómo su actuar frente a la crisis, mantiene la unidad de los pueblos logrando que se trabaje articuladamente en busca de los objetivos comunes.

Referencias

- Barría C. (2020). Coronavirus: qué están haciendo las grandes economías para evitar la bancarrota de las empresas y la escasez de dinero (y hasta dónde pueden llegar). *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51955484>
- Bateman, T. Snell, S (2009) *Administración Liderazgo y Colaboración en un mundo Competitivo*. Mc Graw Hill.
- Bernard, J. (2020). La falta de autenticidad de Pedro Sánchez al hablar en público consigue que los ciudadanos no lo vean como su presidente. <https://www.líderexpansion.com/blogs/hablando-en-publico/2020/03/14/la-comunicacion-de-crisis-de-pedro.html>
- BBC. (6 de mayo de 2020). Coronavirus en Alemania: el país da luz verde a reapertura de tiendas y a reiniciar el fútbol sin espectadores. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52566966>

Un objetivo sin un plan es
sólo un deseo.

Antoine de Saint-Exupéry.

La administración trata
acerca de la gestión en el
corto plazo, mientras se
desarrollan los planes a
largo plazo.

Jack Welch.

- BBC. (18 de mayo de 2020). *Coronavirus en Brasil: 7 errores que llevaron a Brasil a la crítica situación actual*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52708003>
- Carrión, J. (2006). *Estrategia: de la visión a la acción*. (2ª ed.). ESIC Editorial.
- CogniFit. (2020). Planificación Neuropsicológica de las Funciones Ejecutivas. <https://www.cognifit.com/es/habilidad-cognitiva/planificacion>
- COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU). (2020) <https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd-40299423467b48e9ecf6>
- Coulter, M., y Robbins, S (2005) *Administración*, Octava Edición.: Pearson Educación.
- Deutsche Welle. (18 de mayo de 2020). Alemania subestimó la peligrosidad del nuevo coronavirus. <https://www.dw.com/es/informe-alemania-subestim%C3%B3-la-peligrosidad-del-nuevo-coronavirus/a-53482372>
- EAE. (s.f). *Cinco habilidades comunicativas para ser un buen líder*. <https://www.eaprogramas.es/blog/cinco-habilidades-comunicativas-para-ser-un-buen-lider>
- El Tiempo*. (3 de junio de 2020). La vacuna de Oxford contra el covid-19 será probada en Brasil. <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/coronavirus-vacuna-de-oxford-contra-el-virus-sera-probada-en-brasil-502758>
- El Tiempo*. (2020 a, junio 3). Gobierno anuncia giro de \$160.000 para quienes perdieron su trabajo. <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/coronavirus-colombia-duque-anuncia-giro-de-160-000-para-quienes-perdieron-su-trabajo-502892>
- El Tiempo*. (2020 b, junio 3). Van 33.354 contagios por covid-19 en Colombia; recuperados son 12.288. Recuperado 3 de junio de 2020, de <https://www.eltiempo.com/salud/coronavirus-en-colombia-en-vivo-casos-del-dia-muertes-y-resumen-de-ultimas-noticias-502838>
- Malamud, C., y Núñez R. (2020). *La crisis del coronavirus en América Latina: un incremento del presidencialismo sin red de seguridad*. http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari34-2020-malamud-nunez-tesis-del-coronavirus-america-latina-incremento-presidencialismo-sin-red-seguridad
- Matus C. (1987). *Política, Planificación y Gobierno*. Edición: Arq. Sol María Matus. http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/2_carlos_matus_politica__planificacion_y_gobierno_.pdf

Moreno, J. L. (02 de marzo de 2016). *Líderes emocionales*. <https://wsimag.com/es/bienestar/19525-lideres-emocionales>

Organización Mundial de la Salud, (2020). Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19). OMS. https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=CjwKCAjwztL2BRATEiwAvnALcgqAOYJK4wU4iHNiv4tx-q97ql48lEWkEtjP4aGlsMwc-9jbdwUKBMhoCwX4QAvD_BwE

Organización Panamericana de la Salud, (2020). La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia. OPS. https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=1926&lang=es

Project Management en Supply Chain. (2017). La planeación de la capacidad en el planning de operaciones. EAE Business School. <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-planeacion-de-la-capacidad-en-el-planning-de-operaciones/>

Rafa de Miguel. (2020). Polémica en el Reino Unido por la estrategia contra el virus: un contagio controlado. EL PAÍS. <https://elpais.com/sociedad/2020-03-13/la-estrategia-del-gobierno-de-johnson-contra-el-coronavirus-divide-a-la-comunidad-cientifica.html>

Semana. (23 de abril de 2020). Coronavirus en el mundo: el secreto del éxito de Alemania. <https://www.semana.com/deportes/articulo/coronavirus-en-el-mundo-el-secreto-del-exito-de-alemania/665415>

TeleSur, (2020). Coronavirus al 30 de mayo. Se confirmaron en Reino Unido 272.826 casos. <https://www.telesur.tv.net/datafactory/covid/es/reinounido.html>

Planear es traer el futuro

al presente para poder

hacer algo por el ahora.

Alan Lakein.

Notas informativas

Diplomado en Gobierno Corporativo y Gestión de Inversiones

Para ver el contenido de la presentación **haz click sobre la imagen**



Programa de Administración de Empresas*

Información:

Carrera 7 B Bis No. 132 - 38 Casa A3 - W3
Edificio Bosque del Condado
Teléfonos: (57+1) 274 84 34 - (57+1) 648 90 21
Fax: (57+1) 648 90 07
Correo: secretaria.administracion@unbosque.edu.co
Bogotá, D.C. Colombia

Misión

El Programa de Administración de Empresas de El Bosque construye conocimiento administrativo conjunto entre profesores y estudiantes, dándole prioridad a la vida, al individuo y a la cultura del grupo social en que trabaja.

Visión

Ser en el mediano plazo uno de los Programas más destacados, llevando a sus egresados a ocupar espacios importantes en el país, por medio del aporte desde sus propias empresas o desde la organización a la que se encuentren vinculados ya sea de carácter público o privada.

Objetivo General

Construir conocimiento con los estudiantes de la facultad, utilizando para ello los referentes históricos, filosóficos y epistemológicos de la administración, con el fin de alcanzar estándares de desempeño profesional acorde con las necesidades que el entorno de los negocios exige a los Administradores de Empresas, dándole prioridad a la vida y a la cultura del grupo social en que trabaja.

Objetivos específicos

El Programa de Administración de Empresas de la Universidad El Bosque persigue los siguientes objetivos:

- Incorporar en el proceso formativo de los estudiantes, los valores y principios de la Universidad, en su enfoque bio-psico-social y cultural, y que estos se vean reflejados en el desarrollo de la profesión del egresado.
- Desarrollar en los estudiantes la capacidad analítica y crítica del entorno y la realidad del país y el mundo, de tal forma que puedan actuar y tomar decisiones en la búsqueda del beneficio común, alcanzando estándares de desempeño profesional acorde con las necesidades que el entorno de los negocios exige a los Administradores de Empresas.
- Preparar a los estudiantes para que se desempeñen en los sectores público y privado, desde la perspectiva de la alta gerencia, creando empresas y desarrollando actividades de consultoría e investigación.
- Fortalecer los vínculos actuales con universidades del exterior y establecer otros, para el aprovechamiento mutuo de estudiantes, profesores y egresados de la Facultad.
- Trabajar ligados a la realidad empresarial, investigando continuamente las necesidades del mercado y de esta forma garantizar el fácil acceso de nuestros egresados al medio laboral.